د. حيدر احمد القطبي

الدبلوماسية الشعبية
بين
الإعلام والدعاية والحرب النفسية



دار أسامة
للنشر والتوزيع

الدبلوماسية الشعبية

بين

الإعلام والدعاية والحرب النفسية

تأليف

د. حيدر أحمد علّو القطبي

دار أسامة للنشر والتوزيع

عمان – الأردن

الناشر

دار أسامة للنشر و التوزيع

الأردن — عمان

- **هاتف:** 5658252 – 5658253
- **فاكس:** 5658254
- **العنوان: العبدلي- مقابل البنك العربي**

ص. ب: 141781

Email: **darosama@orange.jo**

www.darosama.net

الطبعة الأولى

2013م

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(2012 /6 /1957)

302.2

القطبي، حيدر أحمد علو

الدبلوماسية الشعبية بين الإعلام والدعاية والحرب النفسية/ حيدر أحمد علو القطبي.- عمان: دار أسامة للنشر، 2012.

( ) ص.

ر.أ: (2012/6/1975).

ISPN: 978-9957-22-489-9

الفهرس

المحتويات ـــــــــــــ الصفحة

الفصـــــل الثاني

الفصـــــل الثالث

مدخل

مدخل:

تشكل الدبلوماسية الشعبية ، سمة بارزة من سمات الدبلوماسية الحديثة، حيث تخاطب الشعب وتتصل به عن طريق وسائل الاتصال الحديثة التي جعلت من هذه المخاطبة أمرا ممكنا ومؤثرا[1]. وتوجه الولايات المتحدة الأمريكية دبلوماسيتها الشعبية بشكل مدروس ومخطط عن طريق وكالة الإعلام الأمريكية (**united states information agency**)، التي امتد نشاطها من عام 1953 وحتى عام 1999 اذ تم دمج نشاطها بوزارة الخارجية ، كما تعتمد على قنوات إعلامية متعددة، منها الإذاعات الدولية كراديو "سوا" الموجهة للوطن العربي وراديو "فاردا" الموجهة إلى إيران وتعد القنوات التلفزيونية الفضائية الموجهة إحدى القنوات الجديد التي بدا استخدامها[2] مؤخرا في هذا المجال كقناة الحرة.

وتحاول الولايات المتحدة استخدام الدبلوماسية الشعبية كإستراتيجية دعائية لإيصال صوتها وتحسين صورتها لدى الشعوب الأخرى*[3]، وبهذا فان مشكلة البحث تكمن في استخدامها لقناة "الحرة" في الدبلوماسية الشعبية ودور هذه القناة في تحسين صورة أمريكا خاصة بعد أحداث الحادي عشر من

---

(1) فاضل زكي محمد، الدبلوماسية في عالم متغير، بغداد، جامعة بغداد، كلية العلوم السياسية، 1992، ص88.

(2) أشارت التقارير الأمريكية إلى بعض النجاحات التي حققتها إذاعة " سوا " الممولة من قبل الحكومة الأمريكية وتأثيرها الشعبي بين الشباب العربي عن طريق أخبارها وأغانيها التي اثارة اهتمام المستمعين، مما شجع الحكومة الأمريكية على ان تخطط لبث قناة ناطقة باللغة العربية والتي سميت فيما بعد قناة " الحرة "، انظر: Carl Weiser ," public diplomacy" failures , us today , journal , http://www.usatoday.com/news/world/2003-09-15-public-15-9-2003. diplomacy-fails_x.htm 22.9.2005 . .

* في هذا الصدد تقول باتريشيا هارسون، مساعدة وزير الخارجية للشؤون التعليمية والثقافية "بعد الحادي عشر من أيلول/سبتمبر 2001، وخلال المناقشات مع اللجنة الاستشارية ، وبالتواصل مع سفاراتنا، ومع مجلس حكام الإذاعة (BBG) وغيرهم، بدأنا في التقدم باعتمادنا على استراتيجية الدبلوماسية الشعبية الأميركية. وتقوم أسس استراتيجيتنا للدبلوماسية الشعبية على التفاعل مع الجماهير الأجنبية وإعلامهم لتعزيز تفهّم الناس للقيم والسياسات والمبادرات الأميركية، كما نقوم بإيصال المبادئ والقيم التي تشكّل أسس سياساتنا وتحدد طبيعتنا كدولة عبر البرامج التقليدية، وعبر جميع الأدوات التكنولوجية، بمشاركة القطاعين العام والخاص، وتعمل في الوقت نفسه لزيادة التفهم والاحترام المتبادل بين شعب الولايات المتحدة وشعوب البلدان الأخرى" : انظر نص كلمة باتريشيا هارسون، مساعدة وزير الخارجية للشؤون التعليمية والثقافية أمام لجنة الشؤون الدولية في مجلس النواب، يوم 19 آب/ 2004 ، نشرة واشنطن ، موقع وزارة الخارجية الأمريكية : http://usinfo.state.gov/ar/Home/products/washfile.html

أيلول/سبتمبر سنة 2001م التي عدت المحفز الحقيقي الذي جعلها تغير من إستراتيجياتها الدعائية في العالمين العربي والإسلامي.

وفي ضوء ما تقدم فان الكتاب يبحث في دراسة وفهم الدبلوماسية الشعبية للولايات المتحدة الأمريكية كستراتيجية دعائية ودراسة وسائل إعلامها الموجهة إلى الشعوب الأخرى وبالأخص البث الفضائي الموجه عن طريق قناة "الحرة". كما و ستتضح لنا من هذه الدراسة مجمل الأهداف السياسية والثقافية التي تحاول الولايات المتحدة تحقيقها من الدبلوماسية الشعبية، وبالاخص وسائل الاعلام، التي تعد قناة "الحرة" من أولى القنوات الفضائية التي تبث إرسالها إلى دولة أخرى ببث ارضي وفضائي في الوقت نفسه وببرامج خاصة لتلك الدولة.

ان الأهمية "المتصاعدة لوسائل الإعلام في الشؤون العامة منذ نهاية الحرب العالمية الثانية ، حولتها من مشاهد خفي إلى فاعل رئيس في الميدان السياسي، ولذلك لا يمكن تحليل أو فهم عمل السياسة الأمريكية في المنطقة العربية دون استعراض دور وسائل إعلامها في إضفاء الشرعية على مواقفها، ولعل الاعتماد الكبير لوسائل الإعلام هذه على المصادر الحكومية في قصصها الأخبارية يكون العامل الأهم في اعتبار هذه الوسائل أداة من أدوات الدبلوماسية الشعبية"[1].

وتأتي أهمية هذا الكتاب من أهمية الدور الذي تؤديه الدبلوماسية الشعبية ومؤسساتها وقنواتها الإذاعية والتلفزيونية الفضائية في تحسين صورة الولايات المتحدة وتبرير سياساتها إزاء العالمين العربي والإسلامي، في الوقت الذي تتواجد قواتها العسكرية في الكثير من دول غرب آسيا وأفغانستان والعراق كقوات محتلة أو بموافقة من الحكومات التابعة للولايات المتحدة في بعض الدول الأمر الذي يثير شعوب تلك البلدان ضدها.

كما تكتسب هذه الدراسة أهميتها أيضا من تناولها لقناة "الحرة" كأنموذج لوسائل اعلام الدبلوماسية الشعبية ، حيث أخذ استخدام القنوات

(1) فواز جرجس، السياسة الامريكية تجاه العرب كيف تصنع؟ ومن يصنعها؟، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، 2000، ص119.

الفضائية الموجهة لتحمل مضامين دعائية إلى الشعوب المستهدفة من البث مستخدمة أساليب متطورة في ذلك[*] بعد الاعتماد على الإذاعات الدولية في القرن الماضي، كما إن افتقار الدراسات الإعلامية العراقية او العربية لمثل طبيعة هذه الدراسة أكسبتها أهمية اكبر، فهذه الدراسة تعد الاولى من نوعها على مستوى الوطن العربي الذي لم تبحث اكاديمياته موضوع الدبلوماسية الشعبية كاستراتيجية دعائية لكسب عقول وقلوب الجماهير المستهدفة في البلدان الاخرى.

أما الأهمية الميدانية لقناة الحرة التي تم اختيارها كأنموذج لهذه الدراسة فهي تنبع من الأسباب الآتية :

1. تعد هذه القناة قناة خاصة للتأثير على الجماهير الأجنبية وإحدى أدوات الدبلوماسية الشعبية الأمريكية وقد أسست لهذا الغرض حيث اقترحت ذلك اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية وذلك" لتوسيع مدارك المشاهدين في العالمين العربي والإسلامي"[1] وتغيير صورة الولايات المتحدة التي بدأت تتآكل عند شعوب تلك البلدان.

تمكنت هذه القناة وحسب الاستطلاعات[2] من استقطاب الجمهور العراقي بشكل واسع على الرغم من المدة القصيرة على إنشائها.

اهتمامها بالشأن العراقي والعربي بشكل كبير عن طريق عرض البرامج الإخبارية والحوارية.

(*) إشارة إلى استخدام الإرسال على موجات الـ FM بالنسبة للبث الإذاعي واستخدام البث الأرضي لهذه القنوات في الدول المستهدفة من البث كالإرسال الأرضي لقناة الحرة الموجه للجمهور العراقي.

(1) Harold C. Pachios, Communicating Public Diplomacy Objectives, Remarks to the Committee on Government Reform, Subcommittee on National Security, Emerging Threats and International Relations, U.S. House of Representatives, Washington, February 10, 2004.

(2) في دراسة مسحية أجراها معهد اوكسفورد الدولي للشهور الأربعة الأولى من بث قناة الحرة تبين ان (61 ٪) من العراقيين يتابعون قناة الحرة ، كما اعتبر (53 ٪) من عينة الدراسة ان أخبارها موثوقة جدا، فيما اعتبرها(19 ٪) إحدى مصادر معلوماتهم الثلاثة العليا ، للمزيد انظر :
U.S. founded alhurra television wins over viewers, space daily, 20. Jul. . 2004. http://www.spacemart.com/reports/USFunded_Alhurra_Television_Wins_Over_Viewers_In_Iraq.html .8.4.2005.

انتهجت أسلوباً جديداً وغير مألوفاً بالنسبة للبث الفضائي وهو بث إرسال خاص للعراق مع فروق في البرامج المرسلة بين قناتي "الحرة" و"الحرة عراق" التي تبث إرسالا فضائيا وارضيا إلى العراق كما تبث إرسالا فضائيا آخر موجه للوطن العربي بشكل عام.

تاكيد دور هذه القناة في سعيها للتاثير على الجماهير العربية والاسلامية عندما بدات القناة بثا اخر الى هذه الجماهير التي تقيم في الدول الاوربية وهو قناة " الحرة اوربا ".

ويتناول هذا الكتاب موضوع الدبلوماسية الشعبية (public diplomacy) للولايات المتحدة الأمريكية بعد أحداث الحادي عشر من أيلول عام 2001 م التي عدت المؤشر الرئيسي للتحول في العلاقات بين أمريكا كدولة من جهة وشعوب العالمين العربي والإسلامي من جهة أخرى، بعد ان شعرت حكومة الولايات المتحدة بتدني صورتها بين هذه الشعوب، فضلا عن الشعوب الأوربية[1]، كما يتصدى هذا البحث لمفهوم الدبلوماسية الشعبية وعلاقته بوسائل الاعلام الأمريكية الخارجية التي تعد من وسائل الدبلوماسية الشعبية المهمة لما تتمتع به من انتشار واسع مكنها من الوصول الى اكبر عدد من الجمهور.

لقد جعلت أحداث 11 أيلول الأمريكان يدركون ان صورتهم لدى شعوب العالم في مشكلة جدية، ولذلك بدأوا بالترويج لسياستهم بشكل جديد بتقديم صورة جديدة عن طريق الدبلوماسية الشعبية، وذلك بواسطة المؤسسات الحكومية

---

(1) تشير الدراسات الى ان وجهات النظر المناسبة للولايات المتّحدة في بريطانيا العظمى، هَبطتْ مِنْ 75٪ إلى 48٪ منذ منتصف عام 2002. وفي بولندا، سَقطتْ وجهاتَ النظر الإيجابيةَ مِنْ الولايات المتّحدةِ إلى 50٪ تقريباً بعد ان كانت 80٪ قبل ستّة شهور؛ اما في إيطاليا فان نسبة المستجيبين الذين يَحْملونَ وجهاتَ نظر مناسبةَ مِنْ الولايات المتّحدةِ عِنْدَهُمْ هَبطَ بالنِصْفِ على الفترةِ نفسها (مِن 70٪ إلى 34٪). وفي إسبانيا، فإن أقل مِنْ واحد من كل خمسة اشخاص أي (14٪) لهم رأي مناسب عن الولايات المتّحدة، انظر
AMERICA'S IMAGE FURTHER ERODES, EUROPEANS WANT WEAKER TIES The Pew Research , Nine-Country Survey , EMBARGOED, Center for the People & the Press , MARCH 18, 2003, p1.

التابعة لها وإذاعاتها الدولية لبناء علاقات إيجابية و طويلة المدى مع الشعوب الأخرى[1].

ولعل زيادة انفاق الولايات المتحدة الامريكية على برامج الدبلوماسية الشعبية منذ احداث 11 ايلول/سبتمبر2001 يؤشر مدى اهمية برامج الدبلوماسية الشعبية في الستراتيجية الدعائية للولايات المتحدة، حيث صرفت إدارة الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش (1) بليون دولار عام 2002 لمحاولة تحسين صورة الولايات المتحدة حول العالم الذي يعاديها وخصوصا في الدول العربية والإسلامية التي تركز الحكومة الأمريكية جهودها فيها[2]. وعلى هذا الاساس صممت مشاريع جديدة للسياسة الخارجية الأمريكية نحو العالم الإسلامي "للرد على التحديات التي تواجهها الولايات المتحدة ولتصاحب الحرب المستمرة على الإرهاب العالمي وللترويج للعلاقات الإيجابية مع العالم الإسلامي بعد ان تم التطرق الى حرب باردة ثانية بدات مع العالم الإسلامي"[3].

وقد أفرزت التطورات الهائلة في وسائل الاتصال إمكانية افضل لاستخدام الدبلوماسية الشعبية، وذلك عن طريق البث التلفزيوني الفضائي بعدما كان استخدام هذه الوسائل مقتصرا على الإذاعات الدولية الموجهة، ولذلك استخدمت الولايات المتحدة قناة " الحرة " كأداة أو وسيلة من وسائل تحقيق أغراض الدبلوماسية الشعبية لتوجه برامجها من واشنطن إلى المجتمع العربي والإسلامي، بل والى الجمهور العراقي بالتحديد مستقطبة جمهورها حتى عدها البعض قناة عراقية.

وعلى الرغم من عدم الاهتمام بمفهوم الدبلوماسية الشعبية في الأدبيات السياسية والإعلامية العربية الا ان العكس بدا في الأدبيات المماثلة لها في الغرب إذ أخذت حيزا كبيرا كما ان مؤسسات الدبلوماسية الشعبية تعددت أيضا لتحقيق الهدف منها وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية.

(1).www.publicd:plomaey.org . 10.5.2005

(2) Carl weiser ," public diplomacy" failures , us today , journal , 15-9-2003. http://www.usatoday.com/news/world/2003-09-15-public-diplomacy-fails_x.htm . 22.9.2005

(3) P. W. Singer , The Brookings Project on U.S. Policy Towards the Islamic World , Time for the Hard Choices: The Dilemmas Facing U.S. Policy Towards the Islamic World , Working Paper , 1– September 2002 , **p1.**

مقدمة

بدات الولايات المتحدة الامريكية اثر احداث الحادي عشر من ايلول سبتمبر، ادراك جوانب القصور في برامج الدبلوماسية الشعبية فتمت الاشارة من خلال الانتقادات الكثير التي وجهت الى البرامج السابقة، الى ماسمي بمخزون الكراهية في العالمين العربي والاسلامي للسياسة الامريكية التي لم تستطع دبلوماسيتها التقليدية تقليص تلك الكراهية ، ولذلك برزت الدعوات الى تنشيط تلك البرامج التي عانت بعض وجه القصور في المدة التي تلت تفكك الاتحاد السوفيتي السابق بداية العقد الاخير من القرن الماضي، وذلك لتحسين صورة الولايات المتحدة في العالمين العربي والاسلامي إذ عمدت الولايات المتحدة الى فتح بعض المشاريع والبرامج للفوز بمعركة الافكار وكسب عقول وقلوب الجمهور.

وبناء على ماسبق فان المؤلف قام بدراسة الدبلوماسية الشعبية الامريكية التي تعد ستراتيجية دعائية مهمة لكسب الراي العام المستهدف وضمان عدم كراهيته، وتم اختيار قناة الحرة كاحدى وسائل الاعلام التي تلعب دورا مهما في نشاطات الدبلوماسية الشعبية من خلال خاصيتها في الوصول الى جمهور واسع ولذلك جائت دراستنا دور قناة الحرة في الدبلوماسية الشعبية الامريكية لايضاح معنى الدبلوماسية الشعبية وادواتها والمؤسسات التي تنفذها وتخطط لها من جهة ولمعرفة دور وسائل الاعلام في الدبلوماسية الشعبية من جهة اخرى.

وقد قُسمت الدراسة إلى ثلاثة فصول ، تناول الفصل الاول مفهوم الدبلوماسية الشعبية حيث تضمن ثلاثة مباحث تناول المبحث الاول مفهوم الدبلوماسية الشعبية وعلاقته بالدبلوماسية التقليدية فضلا عن علاقته بثلاثة انماط من الاتصال وهي الدعاية والعلاقات العامة والحرب النفسية، وتناول المبحث الثاني تطور مفهوم الدبلوماسية الشعبية وتطبيقاته خلال المدة من العقد الثاني من القرن الماضي وحتى الفترة التي سبقت احداث الحادي عشر من ايلول/سبتمبر عام 2001م اما المبحث الثالث فتناول تطبيقات الدبلوماسية الشعبية الامريكية بعد احداث 11

ايلول/سبتمبر. وتحدث الفصل الثالث عن الدبلوماسية الشعبية بعد أحداث 11 ايلول/ سبتمبر والتغيرات التي طرات على البرنامج، اما الفصل الثاني فقد تناول ادوات ومؤسسات الدبلوماسية الشعبية الامريكية، وقسم إلى ثلاثة مباحث، تناول المبحث الاول منها موضوع الصورة الذهنية والصورة النمطية واهميتهما في مجال تحقيق اهداف الدبلوماسية الشعبية كما تناول موضوع تغيير الاتجاهات الذي يرتبط باهداف الدبلوماسية الشعبية ايظا وبتغيير الصورة. وتناول المبحث الثاني وسائل وادوات تحقيق الدبلوماسية الشعبية التي حددها المؤلف ومن خلال القراءات المنهجية بثلاث ادوات او وسائل هي وسائل الاعلام والادوات الثقافية فضلا عن الادوات او الوسائل الاقتصادية ، فيما تناول المبحث الثالث بالشرح والتوضيح مؤسسات الدبلوماسية الشعبية الامريكية .

وتناول الفصل الثالث من خلال الحصر الشامل كل وسائل اعلام الدبلوماسية الشعبية الامريكية من الاعلام الجماهيري الخارجي ودور تلك الوسائل في الدبلوماسية الشعبية وكان على ثلاثة مباحث تناول المبحث الاول منها الاذاعات الدولية الامريكية التي وجهت الى مناطق مختلفة من العالم خلال المدة التي سبقت احداث 11/ ايلول سبتمبر فيما تناول المبحث الثاني ما استحدث من اذاعات دولية بعد تلك الاحداث فضلا عن الوسائل الأخرى كالمجلة ومواقع الانترنت.

الفصــل الأول

الشعبية مفهومها: مستوياتها: وتطورها

المبحث الأول

مفهوم الدبلوماسية الشعبية

أولا ـ مفهوم الدبلوماسية الشعبية(*)

مر مصطلح الدبلوماسية الشعبية (Public Diplomacy) بثلاث مراحل اولها ، مرحلة استخدام الدبلوماسية الشعبية بشكل منتظم دون الاشارة الى المصطلح ، وبعد ذلك ظهر المصطلح وتم العمل بموجبه في حين وضع تعريف المصطلح في فترة تلت استخدامه ولكون الباحث تناول تعريف المصطلح منذ بداية تعريفه عام 1956 فاننا سنبحث في هذا الموضع جانب استخدام الدبلوماسية الشعبية بشكل منتظم بل ومخطط كتأصيل لهذه الستراتيجية الدعائية في التعامل مع جمهور اجنبي كما سنوضح تعريف مصطلح الدبلوماسية الشعبية.

يعود استخدام الدبلوماسية الشعبية الى عصور تاريخية سبقت استخدام المصطلح في عام 1956، حيث يرجعها البعض "الى موعظة الجبل او الى التجمع

(*) ظهرت ترجمات عدة للمصطلح الغربي الـ (Public diplomacy) ، ومن بين هذه الترجمات، الدبلوماسية الشعبية والدبلوماسية العامة وهما ترجمتان شائعتان كما ترجمها احد المترجمين الى الدبلوماسية العلنية وهذه الترجمة غير شائعة كان مصدرها وجود دبلوماسية سرية هي الدبلوماسية التقليدية ... ويرى الباحث ترجمة هذا المصطلح الى الدبلوماسية الشعبية هي الترجمة الانسب لاننا اذا ترجمناها الى الدبلوماسية العامة فهذا يعني وجود دبوماسية خاصة ... وقد اعتمد الباحث ترجمتها الى الدبلوماسية الشعبية كونها موجهة الى شعوب وجمهور الدول الاخرى وليس الى السلطة او مراكز القرار فيها .. وبذلك فاننا سنعتمد هذه الترجمة في كل مفاصل الرسالة .

البابوي لنشر الايمان بالله في القرن السابع عشر او الى اعلان الاستقلال في الولايات المتحدة" [1].

لقد استخدم نابليون بونابرت الدبلوماسية الشعبية اثناء غزوه لمصر عام 1898، حيث حمل معه الى مصر العلماء الآثاريين والاطباء وعلماء الحيوان وغيرهم من المختصين في علوم اخرى، كما عمل على اصلاح الخدمات في مصر بواسطة انشاء الطرق وجلب المطابع[2]، كجزء من تحسين صورة الحملة الفرنسية لدى الجمهور المصري، كما ادرك نابليون اهمية الاعلام الدولي في الدبلوماسية الشعبية "عندما انشا خدمة صحفية عرفت باسم (Monitor) موجها تعليماته الى الصحف الاخرى بشان تقليدها في اخبارها وتعليقاتها، كما عمل على استخدام الصحافة الاجنبية وبشكل خاص الصحف الانكليزية والالمانية، عن طريق السيطرة على الصحف في تلك الدول بواسطة جهازه الاداري والدبلوماسي[3]".

استخدمت الثورة الامريكية الدبلوماسية الشعبية لتحسين صورتها ومحاولة التاثير في الراي العام في كل من بريطانيا و كندا عندما شكلت "لجنة بوسطن للمراسلين" ، كما تم تاسيس مطابع فرنسية في كندا وتجنيد قساوسة كاثوليك لشرح قضية المستوطنين الامريكيين فعمل هؤلاء على تحييد الراي العام الكندي اثناء حرب الاستقلال، ولم تقتصر حملة الدبلوماسية الشعبية هذه على كندا ، بل وصلت ايضاً الى انكلترا وفرنسا، وكان بنيامين فرانكلين[*] المسؤول عن اجتذاب

---

(1) Hans N. Tuch. communication with the world .New York, St. Martins press. 1990.p8.

(2) علي حيدر سليمان، تأريخ الحضارة الاوربية الحديثة، بغداد، دار واسط للدراسات والنشر والتوزيع، 1990، ص200.

(3) جيهان رشتي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985 ص12.

(*) بنيامين فرانكلين، (1706- 1790) عالم سياسي واحد مؤسسي الاستقلال الامريكي. انظر: لويس ملعوف اليسوعي، المنجد في اللغة والادب والعلوم ط 17، بيروت، المطبعة الكاثوليكية، 1960، ص 389.

الفرنسيين، إذ اثبت مع كل من سيلاسي وين وآرثر لي وهما من قادة حرب الاستقلال قدرة كبيرة على كسب المتعاطفين في باريس مستخدماً مشاعر العداء الفرنسية تجاه البريطانيين، وقد عمل فرانكلين على طباعة صورته واسمه مراراً فيما عمل الفرنسيون على نحت تماثيل له[1]. وبذلك فان " الدبلوماسية الشعبية استخدمت ونفذت عند الامريكيين قبل اكثر من مائتي سنة من قبل بنيامين فرانكلين مؤصلاً استخدامها في اوروبا لمصلحة الثورة الامريكية[2].

تعريف المصطلح:

يرجع استخدام مصطلح الدبلوماسية الشعبية (Public diplomacy) الى عام 1956 م عندما استخدم ادموند غليون (Edmund Gullion) عميد مدرسة فيشر للقانون والسياسية والدبلوماسية في جامعة (Tufts) هذا المصطلح، حيث عرف الدبلوماسية الشعبية بانها " دور الصحافة ووسائل الاعلام الاخرى في العلاقات الدولية وهي زراعة لبذور الرأي العام ، وتفاعل المجاميع الخاصة والمنظمات غير الحكومية واهتماماتها في بلد ما مع نظيراتها في بلد اخر، وتأثير تلك العمليات على تشكيل السياسة وادارة العلاقات الخارجية"[3].

ومن الملاحظ ان هذا التعريف الاول للمصطلح اعطى لوسائل الاعلام المختلفة الدور الرئيس في جهود الدبلوماسية الشعبية عن طريق تلك الوسائل في التأثير على الرأي العام الخارجي، كما لم يتجاهل التعريف وصف جهود الدبوماسية الشعبية عندما وصفها بالمجاميع الخاصة وغير الحكومية مؤشراً وجودها في دولتين مختلفتين، كما اشار الى غاية هذه الجهود في التأثير على ذلك

---

(1) فيليب تايلور ، ، قصف العقول ، ترجمة سامي خشبة ، الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب ، سلسلة عالم المعرفة، 2000 ، ص 201 - 209 .

(2) Linda R. Urrutia , public diplomacy capturing the information terrain on the way to victory. A research report submitted to the factualty in partial fulfillment of the Gratuation requirements, Max well air force Base , Albama, Georgetown university April 2002 ,P5.

(3) Hans N. Tuch. Op.cit .p8.

الجمهور المستهدف وبذلك فان هذا التعريف وضح وصفاً للاطراف الرئيسة في الدبلوماسية الشعبية كونها عملية اتصال. ويعد هذا التعريف ذا ابعاد شمولية مع الاشارة الى انه وصف المخرج النهائي للعملية برمتها (Out put) عندما اشار الى تأثير هذه العملية هذه على صنع السياسة الخارجية للبلدان الاخرى عن طريق التأثير على جماهير تلك البلدان لتصبح وسيلة ضغط على حكوماتها.

مؤلف كتاب الاتصال بالعالم هانز ان توتش (Hans N. Tuch) والموظف السابق في العلاقات العامة ، جاء بتعريف اخر للدبلوماسية الشعبية واصفاً اياها بأنها "عملية حكومية تهدف الى التواصل مع الشعوب الاجنبية في محاولة منها لتوصيل وفهم قيم هذه الحكومة وافكارها واعراقها وعاداتها وثقافتها اضافة الى اهدافها الوطنية والسياسة الراهنة التي تنتهجها"(1)

ينطلق هذا التعريف من رأي متخصص بالعلاقات العامة. كما انه يشير الى ان الدبلوماسية الشعبية عملية تقوم بها الحكومة وبالتالي فأن الاشراف والتمويل لجهود الدبلوماسية الشعبية ستكون من قبل الحكومة كونها المرسل في عملية الاتصال بشكلها النهائي ، ومع ان هذا التعريف وصف الغاية من الدبلوماسية الشعبية وهو التواصل مع الشعوب الاخرى كونها الجمهور المستهدف من العملية الا انه لم يوضح او يشير الى الطرق والوسائل المعتمدة في ايصال فكر الدولة وثقافتها واهدافها الوطنية وسياستها الراهنة كونها مضامين عامة للرسائل التي تحملها الدبلوماسية الشعبية ومن الجدير بالذكر ان شرح السياسة الخارجية التي اشار لها التعريف بالسياسة الراهنة من اولى اولويات الدبلوماسية الشعبية وغاياتها ، ويتماشى تعريف توتش مع رأي وزارة الخارجية الامريكية لدور الدبلوماسية الشعبية والتي تؤكد انها تستخدم الدبلوماسية الشعبية لـ" تفهم وتخبر وتتصل وتؤثر في الجماهير الاجنبية بواسطة علاقات تتعدى العلاقات الرسمية بين الحكومتين وذلك لاجل

(1) Hans N.Tuch.Op.cit.P7.

تأسيس قاعدة للثقة يتم عن طريقها التخاطب بسياسة معينة محدودة ومواضيع اجتماعية. لخلق التفاهم والاحترام المتبادل"[1].

اما وكالة الاعلام الامريكية فقد وضعت تعريفاً للدبلوماسية الشعبية[*]، عندما وصفتها بانها النشاط الذي يضم " كل الفعاليات التي تهدف الى تعزيز المصلحة الوطنية والامن القومي للولايات المتحدة من خلال التوعية والاعلام والتأثير بالشعوب الاجنبية بواسطة الحوارات الواسعة بين المواطن والمؤسسات الامريكية ونظرائهم في الخارج"[2]، وتنطلق الدبلوماسية الشعبية الفعالة والمؤثرة من مفهوم منطقي يقوم على ان الحوار قد ينجح في تحقيق اهداف السياسة الخارجية اكثر من الضغوط الاقتصادية والعسكرية الاخرى . وقد برز من خلال هذا التعريف بُعد أخر وهو حوار المواطن مع نظيره في الخارج وهو ما لم يظهر في التعريفات السابقة.

ويعرف ريتشارد ميرت ودافيدسون (Richard Merritt and Davidson) الدبلوماسية الشعبية " بأنها كافة الجهود المبذولة من قبل احدى الحكومات للتأثير في الرأي العام او وجهة نظر النخبة لشعب اخر غير شعبها بغرض تحويل السياسة الخارجية لهذا الشعب بما يتناسب واهداف هذه الحكومة"[3]

أما وزارة الخارجية الامريكية فقد وضعت، تعريفاً اخراً للدبلوماسية الشعبية ينص على انها "البرامج التي تتبناها الحكومة والتي تعتزم فيها تعريفها لدى باقي الدول والتأثير على الرأي العام فيها ووسائله الرئيسية في ذلك الشعوب، القرارات، التبادل الثقافي، الراديو والتلفزيون"[4].

---

(1) Strategic Goal 11: public diplomacy and public affairs, http://www.state.gov.15.4.2005

(*) يعد هذا التعريف مختصا بالدبلوماسية الشعبية الأمريكية ، فهذه المؤسسة الخاصة بنشاط الدبلوماسية الشعبية وضعت هذا التعريف كجزء من مهام عملها لذلك كان وصف المرسل في العملية بانه الطرف الأمريكي .

(2) United states information Agency Alummi association " What is public diplomacy?" http:// www.public diplomacy .org . 5.1 .2005.

(3) Jarol B.Man bein , strategic public Diplomacy and American foreign policy : The Evolution of influence , New York , Oxford university press , 1994 .p4 .

(4) Us Department of state , Dictionary of international Relation Terms , 1987. P85.

يشير هذا التعريف الى ان وزارة الخارجية الامريكية هي المسؤول المباشر على نشاطات الدبلوماسية الشعبية وذلك لأشرافها على اغلب المؤسسات الفيدرالية (الحكومية) الامريكية التي تهتم بالدبلوماسية الشعبية، يشير الى التأثير المبتغى من الجهود التي تقوم بها الحكومة او تتبناها ... وبذلك فأنها تشير الى مؤسسات حكومية تدير هذا النوع من العمل بغية تحقيق اهداف الولايات المتحدة كدولة في التعريف بها موضحاً الوسائل الرئيسة في تقديم هذا التعريف ومن ضمنها وسائل الاعلام ويوحي هذا التعريف بأن الدبلوماسية الشعبية استراتيجية دعائية للحكومة الامريكية او لامريكا بشكل اوسع.

وفي عهد الرئيس ريغان وضعت وزارة الخارجية الامريكية تعريفاً اخر للدبلوماسية الشعبية عندما نصت عليها بالوصف " الدبلوماسية الشعبية هي من الشؤون العامة في القرن العشرين وهي تكييف الطرق التقليدية المحلية و الخارجية لتأخذ بنظر الاعتبار تقنيات الاتصال الحديثة "[1]. ويحمل هذا التعريف غموضا كبيرا فيما اذا تمت مقارنته بالتعاريف التي وضعت من قبل.

ولفهم اهمية رجع الصدى او معرفة اتجاهات الجمهور المستهدف من نشاطات الدبلوماسية الشعبية فضلا عن الطرق او الاساليب او الوسائل التي من الممكن التأثير على الجمهور عن طريقها يقول هانز آن توتش مؤلف كتاب الاتصال بالعالم "ان الدبلوماسية الشعبية في محاولتها التأثير في الراي العام واتجاهات الشعوب الاجنبية عليها ان تشمل كل وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة وطرق الاتصال بين الثقافات، مثل وسائل التبادل الثقافي والتربوي والمكتبات والمطبوعات والبشر مثل موظفي السلك الدبلوماسي المؤهلين كما تشمل ايضاً خبرتنا التعليمية لان علينا ان نفهم آمال الشعوب الاخرى ومخاوفها وثوابتها اذا ما اردنا النجاح في اقناعهم وجعلهم يفهموننا"[2].

(1) Hans N. Tuch, Op .cit.P7.
(2) Ibid .P10.

وتركز الدبلوماسية الشعبية على الوسائل التي عن طريقها تقوم الدولة او اية مؤسسة عالمية بالاتصال والتعامل مع افراد المجتمعات الاخرى ... فالفيلم والتلفزيون والموسيقى والرياضة والعاب الفديو وغيرها من النشاطات الاجتماعية، والثقافية هي ادوات فعالة ووسائل مهمة لاستمالة المواطنين كي يفهم بعضهم بعضاً، كما يمكن ان ينظر اليها كجزء اساسي ساهم في الفهم الثقافي الدولي الذي يجب على الدبلوماسية الشعبية محاولة دعمه واسناده وذلك يتضمن ايضا بالاضافة الى الرسائل التي يرغب بلد معين ارسالها للخارج تحليل وفهم الرسائل التي تفسر الرسالة وفق تباين وتنوع المجتمعات وتطور ادوات الاصغاء والمحادثة اضافة الى وسائل الاقناع(1).

وتعرف الدبلوماسية الشعبية ايضاً بأنها "جهود الاعلام للتأثير على الرأي العام في البلدان الاخرى، فهي تستهدف الجمهور الدولي بشكل واسع، واحياناً تمثل الجهود المبذولة لربح العقول والقلوب"(2).

ويصف كتيب التعريف بمركز مورو مصطلح الدبلوماسية الشعبية على انه "تأثير العادات الشعبية في تشكيل وتنفيذ السياسات الخارجية ... وهذا المصطلح يشمل ابعاداً متعددة في العلاقات الدولية التي تسبق الدبلوماسية التقليدية ... (وتتضمن) التفاعل ما بين المجاميع الفردية والاهتمامات في البلد الواحد مع التفاعل نفسه والاهتمامات لدى بلد اخر ... (فضلاً عن) التحقق الانتقالي للافكار والمعلومات"(3).

كما وصف قرار الامن الوطني الامريكي رقم (77) لعام 1983م الدبلوماسية الشعبية بأنها "تلك النشاطات الحكومية المعدة لاحداث تأييد لاهداف الامن الوطني"(4).

(1) Public diplomacy : http:// public diplomacy .org 5.6.2005.
(2) http://www.cfrterrorism.org/cfr.
(3) What is Public Diplomacy 18.6.2005
http://fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html. 7.4.2005
(4) Hans N. Tuch , Op. cit.P7.

ومن الملاحظ ان هذا التعريف المقتضب وضع بشكل منقوص حيث لم يفسر طبيعة تلك النشاطات الحكومية وهل هي نشاطات دعائية ام اقتصادية ام ثقافية، كما انه حصر تاثيرات تلك النشاطات على ما هي متوافقة مع اهداف الامن الوطني .. مع ان ذلك احد الاهداف.

اما جوزيف ناي صاحب كتاب "القوة الناعمة (Soft Power) " فقد اعتبر الدبلوماسية الشعبية تعبيراً عن تلك القوة الناعمة او اللاعنفية عندما وصفها بأنها " قوة دفع الاخرين لطلب النتائج التي تطلبها انت ايضاً (مضيفاً) انها قوة الاغراء. فبدلاً من الرجوع الى التهديد او استخدام القوة الحديدية فأن القوة الناعمة تلجأ الى القدرة على استدراج الناس واغوائهم ليفعلوا اشياء معينة بأستخدام عدة عوامل بالاضافة الى السياسة مثل الثقافة والعادات والقيم والمبادئ"[1].

يفتقر هذا التعريف او المفهوم المستخلص من كتاب ناي الى ايضاح المرسل او القائم بالاتصال او المستفيد من هذه العملية كما لم يوضح الجمهور المستهدف منها... فيما ركز على ان الدبلوماسية الشعبية التي يصفها بالقوة الناعمة عملية اقناع او استدراج الجمهور الذي حصر طرق التأثير عليه او استمالته بالثقافة والعادات والقيم والمبادئ فضلاً عن السياسة، وهو بذلك وضع خلطاً بين الطرق التي يمكن استخدامها مثل السياسة والعوامل التي يتم استخدامها ضمن تلك الطرق، لم يوضح ايضاً الوسائل الكفيلة بايصال العادات والثقافة الى الجمهور.

ويعرف جيل اي سكوكر (Schuker) المدير السابق للشؤون العامة في مجلس الأمن القومي الدبلوماسية الشعبية بانها عملية اتصال بالجماهير حول العالم من اجل افهام القيم وايصال رؤية الولايات المتحدة الامريكية وافكارها وتاريخها كاحد الاسلحة الامريكية الاكثر فاعلية في الاقناع والسياسة[2].

---

(1) Jozef . Ney soft power , New York , public affairs , 2004 , P58.

(2) Definitions of Public Diplomacy, http://fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html. 7.4.2005

الادبيات السياسية والاعلامية العربية لم تتناول مفهوم الدبلوماسية الشعبية الا عن طريق التعريف الذي وضعه السيد عليوة في كتابه ادارة الصراعات الدولية معتبراً فيه الدبلوماسية الشعبية بأنها " ذلك النشاط الذي يبذله بلد او دولة ما لكسب الرأي العام العالمي خارج نشاط السفارات والبعثات الرسمية والاعلام التقليدي، مستخدمة كل امكانياتها وعلاقاتها واتصالاتها مثل النقابات العمالية والمهنية واتحادات الطلاب ومنظمات الشباب والمرأة والبرلمان والاحزاب والفرق الرياضية والفنون الشعبية وغيرها من المنظمات الاهلية التي تمتلك علاقات صداقة بمنظمات موازية في مختلف انحاء العالم وذلك لغرض كسب المزيد من الاصدقاء والانصار لقضاياها"[1].

وعن طريق استعراضنا للتعريفات التي وضعت لمصطلح الدبلوماسية الشعبية وجدنا نقاط التقاء مشتركة وهي:

1. تجمع كل التعاريف التي اوردناها على ان الدبلوماسية الشعبية موجهة الى جمهور خارجي وليس الى الجمهور الداخلي فهو غير مقصود بالدبلوماسية الشعبية.
2. اجمعت اغلب التعاريف على ان الهدف من جهود الدبلوماسية الشعبية هو احداث تأثيرات في ذلك الجمهور ، يرتبط هذا التأثير بغايات المرسل او القائم بالعملية وهو المستفيد منها .
3. عدم ذكرها لصحة او عدم صحة المواد او الافكار المراد نشرها او ايصالها الى الجمهور المستهدف لذلك كثيراً ما يتم الخلط بين الدعاية او النشاطات الدعائية ونشاطات الدبلوماسية الشعبية.
4. عدم عرضها لعلاقة الدبلوماسية الشعبية بالعلاقات العامة والدعاية والاعلان او الحرب النفسية ... فيما اشارت بشكل ضمني الى ان الدبلوماسية الشعبية تعبير يلطف مصطلح الدعاية.

---

(1) السيد عليوة، ادارة الصراعات الدولية: دراسة في سياسات التعاون الدولي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1988، ص428.

ويظهر مما سبق ان لتعريف الدبلوماسية الشعبية بعدين احدهما سياسي والاخر اتصالي، إذ يعتمد البعد السياسي في التعريف على النتائج التي يخلفها البعد الاتصالي.

التعاريف السابقة يعرف الباحث الدبلوماسية الشعبية بأنها "عملية اتصال بين حكومة معينة وجماهير البلد او البلدان الاخرى مستخدمة في ذلك وسائل وادوات اهمها وسائل الاعلام والادوات الثقافية فضلاً عن الوسائل والادوات الاقتصادية، من اجل احداث تأثيرات في عقول جماهير الدول الاخرى وبالتالي ايجاد صورة حسنة لدى تلك الشعوب عن حكومة وشعب الدولة القائمة بالاتصال للحفاظ على علاقات دولية حسنة وتحقيق اغراض الامن القومي لها جاعلة من الجمهور المستهدف جماعة ضغط على حكوماتها من اجل ان تنتهج سياسة خارجية لاتتقاطع مع السياسة الخارجية للدولة القائمة بالاتصال على اقل تقدير".

ثانياً- الدبلوماسية الرسمية والدبلوماسية الشعبية:

يعرف هارولد نيكلسون الدبلوماسية بأنها "علم ادارة ورعاية العلاقات الدولية عن طريق المفاوضات، أو طريقة معالجة وإدارة هذه العلاقات بواسطة السفراء والممثلين الدبلوماسيين"[(1)] بينما تعرفها موسوعة العلوم الاجتماعية بأنها "الاسلوب الشائع للاتصال بين الحكومات"[(2)] كما تعرف الدبلوماسية التقليدية بأنها "وضع السياسات الخارجية موضع التنفيذ عن طريق الاتصال السياسي بين الحكومات والامم المختلفة"[(3)].

اما السيد عليوة فيعرف الدبلوماسية بأنها "اداة او اسلوب لعمل دولة ، وهي العملية التي يتم بواسطتها اتصال حكومة معينة بأجهزة صنع القرار في حكومة

(1) Harold Nicalson, the diplomacy, Second Edition, London, 1955,p5.

(2) ثامر كامل محمد، التأصيل النظري للدبلوماسية رؤية معاصرة، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، مركز الدراسات الدولية، سلسلة دراسات مترجمة، العدد 6، 2000، ص3.

(3) Donald snow and Emgene Brown, the contours Relations, New York: st. martins press. 1996. p486.

اخرى اتصالاً مباشراً بما يضمن للدولة موافقة الدول الاخرى على خططها". وبذلك "فإن وظيفة الدبلوماسية لا تعني تشكيل اهداف الحكومة بقدر ما هي شرح وتفسير هذه الاهداف في الخارج ومحاولة اقناع الاخرين بتعديل سياستهم لتوافق هذه الاهداف"[1].

ويرجع مصطلح الدبلوماسية(diplomacy) الى كلمة (diploma) التي تعني بالاغريقية الورقة المطوية، إذ كانت الدبلوماسية التقليدية تمارس من قبل وزارة في الحكومة على مستوى عالمي وخلف الابواب المغلقة بحيث يبقى كل شيء مبهماً للعامة وهي اشارة الى سرية العمل الدبلوماسي، لذلك تنعت الدبلوماسية التقليدية بالدبلوماسية السرية.

وقد اشار مؤلف كتاب العلاقات الدولية البروفيسور روس آمون (Ross Amon) إلى الدبلوماسية التقليدية وسماها بـ "الدبلوماسية القديمة" كما اكد على أن هذا النوع من الدبلوماسية مورس في عصر النهضة في القرن السادس عشر وحتى الحرب العالمية الاولى فيما ظهرت بعد الحرب دبلوماسية جديدة تعتمد على الاخبار المطبوعة والبث الفضائي اكثر من اعتمادها على الملاحظات المكتوبة.

ولم تعد الدبلوماسيتان الرسمية والشعبية منفصلتين أحداهما عن الأخرى، كما كان الحال في الماضي القريب[2]. بل أصبحت كل منهما مكملة للأخرى، ويمكن فهم دور الدبلوماسية التقليدية أو الرسمية في الدبلوماسية الشعبية عن طريق دور البعثات الدبلوماسية[*]، والتي عدها تقرير اللجنة الاستشارية للدبلوماسية

---

(1) Royce Ammon, Global tilivision and shopiny of world politics, London, Jeffrson, 2001, p6.

(2) حيدر بدوي صادق، مستقبل الدبلوماسية في ظل الواقع الاعلامي والاتصال الحديث، سلسلة دراسات ستراتيجية العدد (5)، ابو ظبي، مركز الامارات للدراسات والبحوث الستراتيجية 1996، ص37- 38.

(*) اوصت اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية بوجوب استخدام كل الموظفين الامريكيين العاملين في الخارج كرسل للدبلوماسية الشعبية.

الشعبية الأمريكية لسنة 2004 بأنها أحدى وسائل الحكومة الأمريكية في مجال الدبلوماسية الشعبية[1].

1- النشاط الثقافي (عن طريق مكتب الملحقية الثقافية)[*]

يقول بانيكار (Pannikar) أن هناك مظهراً من مظاهر دبلوماسية القرن العشرين الا وهو الرغبة في نشر ثقافة الدولة التي يمثلها الدبلوماسي في الجهة المعتمد لديها فضلاً عن ممارسة الوظيفة الاعلامية الدولية[2]. لقد جعل تطور الوظيفة الدبلوماسية الدبلوماسي يقوم بالمهام الاعلامية وأقامة علاقات مع صانعي القرار السياسي والصفوة وقادة الرأي والاتصال بالجماهير حيث اصبحت تلك المهام مرتبطة بالعمل الدبلوماسي[3].

وتركز الدبلوماسية التقليدية على التحاور بين الحكومات التي يسعى لتحقيق مصالحها الوطنية، ألا أن الدبلوماسية الشعبية تقوم بالاتصال مع ممثلي

---

(1) Advisory Commission on public diplomacy. Annual report 2004.p.8.

(*) يرأس العمل في مكتب الملحق الثقافي أحد أكفأ موظفي وزارة التعليم العالي او وزارة الثقافة أو الاعلام وعلى الاغلب أحد الحائزين على درجة اكاديمية عالية ليكون ذي خبرة في تقدير الشؤون الثقافية والعلمية حق تقديرها وأهم ميادين عمل الملحق الثقافي:

1- متابعة شؤون البحث العلمي والجامعي في البلد المضيف

2- الاشراف على تنفيذ الاتفاقيات الثقافية بين البلدين عن طريق متابعة شؤون الطلبة الموفدين للدراسة وتنفيذ فقرات الاتفاقية المختصة بأستقبال وإقامة المعارض الفنية والحفلات الفنية والموسيقية والشخصيات العلمية والاكاديمية في اطار برامج التبادل كما يقوم مكتب الملحق الثقافي بمتابعة الحركة الثقافية والفنية بجوانبها المختلفة ورفع التقارير والابحاث عنها الى الوزارات المعنية، كما يعمل على أقامة الحملات والعلاقات مع أبرز الشخصيات الفكرية والثقافية والفنية واستطلاع أبعاد هذه الاتجاهات في البلاد، وتأثيرها على الرأي العام ومدى علاقة كل ذلك بالاتجاهات السياسة في البلد الضيف، انظر: ضرغام عبد الله الدباغ، قوة العمل الدبلوماسي في السياسة، بغداد، دار أفاق عربية للصحافة والنشر، 1985، ص83- 84.

(2) محمد علي العويني، الاعلام الدولي بين النظرية والتطبيق، ط2، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1990، ص 174.

(3) المصدر نفسه، ص 173- 174.

المجتمع المدني (غير الحكوميين) بسبب قدرتهم على التأثير المباشر في قضايا الامن الوطني او الرخاء الاقتصادي عن طريق مراكزهم كحلفاء او خصوم لسياسة الحكومة، كما أن لهم القدرة في التأثير غير المباشر كقادة رأي عن طريق أنشطتهم في غرس القيم الديمقراطية وتحسين الأحوال الاجتماعية.

2- نشاط رؤساء البعثات:

تجمع الدبلوماسية الشعبية مهارة الدبلوماسية مع مهارات المتخصص في الاتصال الجماهيري والباحث الاجتماعي[1]. ولذلك فأن المحلفين والمستشارين الصحفيين في البعثات الدبلوماسية الأمريكية في الخارج يتبعون وحدة خدمات الأعلام الأمريكية (u.s information service) (usis) [2] وهي وحدة مسؤولة عن العمل الإعلامي في الخارج وتتبع وكالة المعلومات الأمريكية (usia).

3- دور منظمات الدبلوماسية الشعبية:

تتخذ مؤسسات الدبلوماسية الشعبية من السفارات مكاناً لعملها خاصة تلك المؤسسات التي يتمحور عملها على تقديم المساعدات والمشاريع، فعلى سبيل المثال تتخذ الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID) في سفارات الولايات المتحدة مكاناً لعملها في الدول المختلفة. وقد قدمت سفارات الولايات المتحدة المعونات المادية والمعنوية للدول التي تعرضت لنكبات او كوارث طبيعية[*]

ولعل الدبلوماسية الشعبية كنمط اتصالي تظهر بصورة واضحة في نموذج "هارولد سيراوت وبرانت ويدج"[3] الذي يوضحه الشكل (2.1).

---

(1) Hans N. Tuch. Op. cit. p40

(2) محمد علي العويني، مصدر سابق، ص176.

(*) قدمت سفارات الولايات المتحدة المعونات في كارثة تسونامي في كانون الاول 2004، وكذلك المساعدات العاجلة التي قدمت لضحايا الزلزال الذي ضرب اندونيسيا في السابع والعشرين من أيار/ مايو 2006.

(3) حميدة سميسم نظرية الراي العام، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، 1992، ص137- 138.

دولة A   دولة B

Ag	⟷	Bg
↕		↕
Ac	⟷	Bc

الشكل (2.1) يمثل نموذج هارولد سبراوت و برانت ويدج للاتصال

إذ (Ag) تعني التمثيل الرسمي للحكومة الاولى و (Ac) تعني المجتمع المحلي التابع للحكومة الاولى كما يعني (Bg) التمثيل الرسمي للحكومة الثانية و (Bc) تعني المجتمع المحلي التابع للحكومة الثانية .

ومن هذا المخطط يمكننا أن نشير الى[1]:

1- ان الاتصال بين (Bg) و (Ag) في القنوات الاولية هو احد اشكال الاتصال التقليدية التي عرفتها الحكومات والدبلوماسية التقليدية تمثل انموذجاً لذلك .

2- الاتصال بين (Ag) و (Bc) أي بين القنوات الرسمية للدولة الاولى والمجتمع المحلي للدولة الثانية ، او الاتصال بين (Bg) و (Ac) أي بين القنوات الرسمية للدولة الثانية و المجتمع المحلي للدولة الاولى هو اتصال بين حكومة

(1) المصدر نفسه ، ص 138.

وشعب اجنبي وهنا يبرز الفرق بين الدبلوماسية الشعبية التي تمثل المستوى الثاني من الاتصال والدبلوماسية التقليدية التي تمثل المستوى الاول منه .

وفيما سبق فأن الدبلوماسية الشعبية تختلف عن الدبلوماسية التقليدية في النقاط الآتية:

1- تكون الدبلوماسية التقليدية وسيلة اتصال بين حكومة وأخرى فيما تعد الدبلوماسية الشعبية عملية اتصال بين حكومة معينة وشعب دولة أخرى.

2- تمارس الدبلوماسية التقليدية بشكل سري إلى حد ما فيما تمارس الدبلوماسية الشعبية بصورة علنية.

3- تهدف الدبلوماسية التقليدية إلى التأثير على أجهزة صنع القرار من خلال الاتصال بها في الحكومة الأخرى فيما تهدف الدبلوماسية الشعبية في أحد أهدافها التأثير على أجهزة صنع القرار عن طريق التأثير على جماهير تلك الدولة لكي تصبح ورقة ضغط على صناع القرار.

4- تستخدم الدبلوماسية الشعبية والتقليدية كل منها للأخرى في تحقيق أهدافها.

5- تستخدم الدبلوماسية التقليدية القنوات الرسمية الحكومية بينما تستخدم الدبلوماسية الشعبية المنظمات الحكومية وغير الحكومية.

هذا واستخدمت الأدبيات الإعلامية والسياسية مصطلحات مرادفة لمعنى الدبلوماسية الشعبية أو معبره عنها عدَ بعضها جزءاً من الدبلوماسية الشعبية وهذه المصطلحات هي:-

1. القوة الناعمة (Soft power):

يقول جوزيف ناي إن القوة الناعمة أو القوة الرقيقة "هي القدرة على أن تحصل على ما تريد عن طريق جذب الآخرين وإقناعهم ليتبنوا الهدف نفسه الذي نتبناه"(1).

(1)Joseph s. Nye, "Propaganda Isn't the Way: Soft Power ", the international Herald Tribune, 10 January, 2003.

كما أوضح ناي[1] أهمية اللجوء إلى القوة الناعمة التي تتسم بها الثقافة، مؤكداً أن تحقيق النصر في الحرب الباردة جاء عن طريق التوفيق بين استخدام القوة العسكرية التي أدت إلى ردع العدوان السوفيتي، واستغلال القوة الحيادية التي تتمتع بها الثقافة والأفكار الغربية، فحين سقط سور برلين عام 1989، لم يسقط بنيران المدفعية، بل كانت الجرافات هي الكفيلة بتهديمه.

ويقول ناي "إن القوة الناعمة تعتمد على الثقافة، والمبادى السياسية، والسياسات المتبعة"، ويضيف "إذا تمكنت من إقناع الآخرين بأن يريدوا ما تريد، فلن تضطر إلى إنفاق الكثير بتطبيق مبدأ العصا والجزرة لتحريك الآخرين في الاتجاه الذي يحقق مصالحك[2]"، وبذلك عد ناي مصطلح القوة الناعمة التعبير الأفضل لمصطلح الدبلوماسية الشعبية.

2. دبلوماسية الرؤساء:

أصبح اتصال الحكومات بشعوب غير شعوبها مباشرة أمرا مهماً في الدبلوماسية الحديثة، فمن أهم الأحداث الملفتة للنظر في حرب الخليج الثانية، ظهور الرؤساء على شاشات التلفزيون يخاطب بعضهم شعب الدولة او الرئيس الاخر، رغم كونه في حالة حرب معها[*] وربما سمي هذا النهج المستحدث بـ"دبلوماسية الرؤساء" وقد تسمى بـ"الدبلوماسية الشعبية"، لان الطرف الآخر المخاطب من قبل الرئيس هو شعب الدولة الأخرى.

وقد تطور هذا الفهم لـ "الدبلوماسية الشعبية" مقارنة بمفهومها السابق، الذي كان يعني التبادل الثقافي بين الشعوب وعلى هذا الاساس لابد من ان يلم كل

(1) Joseph s. Nye. Cold Nan lessons Fan. George W. Bush.. http://www. Project. Syndicate. org.6.7.2005.

(2) Joseph S. Nye. Soft Power and the struggle Against terrorism. www. Project – syndicate. org. 6.7.2005.

(*) ظهر كل من صدام حسين وجورج بوش خلال حرب الخليج الثانية عام 1991 وكذلك عام 2003 على شاشات التلفاز حيث وقف كل من جورج بوش وصدام يوجه كل منهما رسائل الى الشعب الاخر. وهي رسائل في اغلبها محرضة، انظر حيدر بدوي صادق، مصدر سابق، ص 36، ادمون غريب، الاعلام الامريكي والعرب، مجلة المستقبل العربي، العدد (260) سنة 2000، ص71.

رئيس دولة يخاطب شعباً اخر الماماً جاداً بهذا الشعب وطبيعته وعقليته[1]. لذلك فأن النخب السياسية تولي وسائل الأعلام أهمية قصوى في بلوغ مصالحها وتحقيق اهدافها، فالرؤساء يوظفون وسائل الأعلام من اجل الحصول على تغطية إعلامية أفضل لتيسير عملية تدفق المعلومات والأخبار إلى الرأي العام.. سواء كان محلياً او دولياً، وغالباً ما يصب هذا التدفق الإخباري في خدمة الرؤساء وحكوماتهم لتكوين صورة ذهنية ايجابية عن الحكومة لدى شعوب البلدان الأخرى[2].

3. الدبلوماسية الثقافية:

يطلق مصطلح الدبلوماسية الثقافية للإشارة إلى أداه مهمة من أدوات الدبلوماسية الشعبية وهي الأداة الثقافية ، التي تعرف بأنها "تبادل للافكار والمعلومات والفنون وبقية جوانب الثقافة المختلفة بين شعب وشعب اخر من اجل تعزيز وفهم الافكار بين الشعوب المختلفة[3]".

وتوصف الدبلوماسية الثقافية بانها طريق ذو اتجاهين لكونها تنتقل اما عن طريق الفنانين الذين يتاثر الجمهور الخارجي بما يقدمونه وبذلك تنتقل مجموعة من قيم واعراف دول هؤلاء الفنانين[*] او تنتقل تلك القيم والاعراف من فرد الى اخر بعدة طرق اخرى منها التبادل الثقافي وبرامج تبادل الطلبة كما انها من الممكن ان تنتقل بين افراد العائلة الواحدة وهذه الطريقة هي طريقة الاتصال على مرحلتين وبذلك فان مصطلح الدبلوماسية الثقافية الذي يستخدم في الاغلب للاشارة الى الدبلوماسية الشعبية، هو جزء من الدبلوماسية الشعبية(يعبر عن الوسائل الثقافية في

---

(1) حيدر بدوي صادق، مصدر سابق، ص36.

(2) محمد بن سعود البشر ، مقدمة في الاتصال السياسي ، الرباط ، مكتبة العبيكان ، 1997، ص151.

(3)Miltan C. Cummings , cultural diplomacy and the united states government: Asurvey , Washington , center for arts and culture , 2003 . P.1.

(*) يقول جون تشانك " في حالة التبادل الثقافي لا يقوم الفنانون فقط بنقل قيمهم الى الخارج بل يقومون ايضاً بالتعرف على ثقافات اخرى وبذلك يفهموا الاعراف والقيم الثقافية المختلفة للشعوب الاخرى وهذا يؤدي الى ظهور طرق جديدة ومختلفة في العمل الثقافي انظر : Ibid .

الدبلوماسية الشعبية ومن التعريف السابق للدبلوماسية الثقافية) يتبين ان التركيز فيها على الاتصال بين شعوب مختلفة بينما تركز الدبلوماسية الشعبية على الجهود الحكومية في مجال الاتصال بالشعوب الاخرى من اجل التأثير على الجماهير الاجنبية عن طريق شرح سياستها واقناعهم بما تريد ولذلك فان الدولة تستخدم الجهود الشعبية غير الحكومية في دبلوماسيتها الشعبية عن طريق الدبلوماسية الثقافية او الوسائل الثقافية[1] التي سنوضحها بالتفصيل في الفصل اللاحق .

ثالثاً- الدبلوماسية الشعبية بين الدعاية والحرب النفسية والعلاقات العامة

- **الدبلوماسية الشعبية والدعاية**

هنالك ارتباط وثيق الصلة بين مصطلحي الدبلوماسية الشعبية والدعاية، فالدبلوماسية الشعبية نشأت بشكل واضح كتلطيف لمصطلح الدعاية[2]. كما يعد مصطلح الدبلوماسية الشعبية "أكثر رقة وليونة ودبلوماسية من مصطلح الحملة الدعائية"[3].

وتعرف الدعاية أنها "النشاط والفن الذي يحمل الآخرين على سلوك مسلك معين ما كانوا يتخذونه لولا ذلك النشاط"[4].

ويرى الدكتور حامد ربيع الدعاية أنها "عملية التلاعب بالعواطف بقصد الوصول الى خلق حالة من حالات التوتر الفكري والشحن العاطفي الذي لابد وان يؤدي الى تشويه التتابع المنطقي[5]".

---

(1) U.S Department of state :cultural diplomacy :the linchpin of public diplomacy report of the Advisory committee on cultural diplomacy September , 2005 . P. 4-5 .

(2) انظر http: // www. Nation master. Com/ encyclopedia

(3) انظر http: // www. Wikipedia. Org/ wik/ public diplomacy

(4) لندلي فريزر، الدعاية السياسية، ترجمة عبد السلام شحاته، القاهرة، دار الفكر العلمي، 1960، ص9 .

(5) حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1972، ص161.

ومع اختلاف وتعدد التعاريف التي وضعتها الأدبيات الإعلامية والأكاديمية للدعاية إلا أن الهدف النهائي الذي تسعى إليه، هو التأثير في الرأي العام وفي السلوك الاجتماعي للجماهير وأن تتبع هذه الجماهير السلوك الذي حدده الداعية، باستعمال رموز تتخذ أشكالا مختلفة عبر وسائل الاتصال الجماهيري، أو بواسطة الاتصال الشخصي ألمواجهي، لكي تستطيع التوغل إلى جميع مفاصل الحياة.

ويفرق البعض بين الدبلوماسية الشعبية والدعاية عن طريق الصدق أو التضليل فبينما الدعاية تستهدف إيصال المعلومات والأفكار صحيحة كانت أم لا فان الدبلوماسية الشعبية تتوخى الصدق، وقد حملت كلمة الدعاية في الولايات المتحدة دلالة الخداع أو التضليل وكانت وكالة الاعلام الأمريكية تؤكد باستمرار على ان مؤسساتها كصوت أميركا مثلاً، هي مؤسسات ذات مصداقية[1].

وبشكل عام فأن مصطلح الدبلوماسية الشعبية عرف تقليدياً على أنه "الحملة الدعائية الصادقة"[2]. والدعاية السياسية التي أخذت دوراً مهماً من واجبها الدفاعي في "تحصين الجبهة الداخلية من الهجمة النفسية المعادية"[3]. فيما اصطلح عليه بـ "الدعاية المضادة" ، لم تعد موجهة إلى الجمهور الداخلي من أجل تحصينه من الدعاية المعادية، بل أصبح من أولى اولويات الدعاية المضادة التوجه إلى الجمهور

---

(1) حميدة سميسم، الحرب النفسية، مدخل، بغداد، دار الكتب للطباعة ، 2000، ص 106.

(2) قال مدير وكالة الأعلام الأمريكية ادوارد مورو ((أن الحقيقة هي أفضل حملات الدعاية أما الكذب فهو الأسوأ، ولكي نكون مقنعين يجب أن نكون أصحاب مصداقية لدى الناس، ولكي تكون أصحاب مصداقية، يجب ان نضع أنفسنا في أطار المعقول، ولكي نكون في أطار المعقول يجب أن نكون صادقين)) انظر:
http: // www. Wikipedia. Org/ wik:/public diplomacy. 1. 2. 2005

(3) كرم شلبي، الراديو والتلفزيون في الحرب النفسية، بغداد، بلا دار نشر، 1973، ص35.

الخارجي من أجل منعه من الوقوع في فخ دعاية الخصم.وهذا صلب ما تبتغيه الدبلوماسية الشعبية التي تعد أحد أوجه الدعاية المضادة.(*)

واختلف معنى الدعاية المضادة (Anti Propaganda) أو (Counter Propaganda)، فليندلي فريزر يوضحها أنها الدعاية التي ترمي إلى التأثير في الأشخاص الذين توجه إليهم دعاية من مصدر آخر، مؤكداً على أهمية أن ينصب العمل الدعائي في الدعاية المضادة على الدعاية التي وجهت أو يحتمل أن توجه وذلك لحماية الأشخاص أو الجمهور المعني من الأعمال أو التأثيرات التي تدفعهم إلى تلك الدعاية التي تعد معادية[1].وبذلك فأن خلاصة المعنى الصريح للدعاية المضادة أنها "الدعاية التي تهدف إلى الرد على دعاية معادية بهدف إبطال مفعولها"[2]. عن طريق إحداث نوع من الضبط للدعاية التي يقوم بها العدو ومن ثم البدء في إيقاف انتشارها[3].لذا فإن الدعاية المضادة توجه لجمهور محلي أو أجنبي يحاول الداعية التأثير فيه، ولعل التجربة الدعائية للدول التي دخلت الحربين العالميتين الأولى والثانية توضح مدى أهمية الدعاية المضادة في الحد من تأثير دعاية العدو أولاً، وتحقيق أهداف الدعاية التي ينبغي إيصالها إلى الجمهور المستهدف ثانياً.

ومن ذلك نجد أن الدبلوماسية الشعبية تعد دعاية مضادة للدعاية التي وجهت أو من المحتمل أن توجه للجمهور المستهدف من الدبلوماسية الشعبية.

(*) أوضح سكوت ماكليلان المتحدث باسم البيت الأبيض في مؤتمر صحفي عام 2005 ان استخدام الولايات المتحدة للدبلوماسية الشعبية هو نتيجة لوجود دعاية كثيرة تغص بالكراهية تجاه الولايات المتحدة خاصة في المنطقة العربية والإسلامية، أنظر، نشرة واشنطن، المؤتمر الصحفي للبيت الأبيض يوم 14/ آذار/ مارس 2005.

http: www. Us info. State. Gov/ ar/ HOM/ products/ wash file. Html. 16. 3. 2005

(1) لندلي فريزر، مصدر سابق، ص12.

(2) جان ماري دوميناك، الدعاية السياسية، ترجمة جلال فاروق الشريف، دمشق، دار الصحافة، 1965، ص122.

(3) مؤيد خليل العبيدي، أساليب الإعلام العراقي في مواجهة الدعاية الأمريكية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام – جامعة بغداد ، 2003 ، ص53.

وعلى الرغم من ارتباط الدبلوماسية الشعبية بمفهوم الدعاية المضادة إلا أنها ترتبط بالدعاية البيضاء أو (العلنية)، ومن صفاتها الوضوح في المصدر، حيث تعرف بمصدرها وتكشف عن مصالحها المستهدفة، ويكثر استخدامها في أنشطة العلاقات العامة، والحملات الإعلامية، وبرامج الحكومة وتبث عادةً من وسائل الإعلام الرسمية والمعروفة المصدر، ويكون جمهور الدعاية العلنية مدركاً لخضوعه لتأثير الرسائل الدعاية[1].

كما يتضح الارتباط بين الدعاية والدبلوماسية الشعبية من مفهوم الدعاية الدولية التي تعرف أنها "تلك الجهود الاتصالية التي تقوم بها حكومة معينة أو هيئات وطنية مختلفة وتوجهها إلى جمهور أجنبي بالدرجة الأولى بغرض التأثير عليه وجعله يتبنى وجهة نظر تلك الحكومة أو الهيئات الوطنية بالنسبة للقضايا المختلف عليها على الصعيد الدولي"[2].

- **الدبلوماسية الشعبية والعلاقات العامة:**

تعرف العلاقات العامة بأنها "الجهود المقصودة المستمرة والقائمة على خطط من أجل الوصول إلى التفاهم المتبادل بين مؤسسة ما والجماهير التي تتعامل مع هذه المؤسسة"[3]. كما يعرفها ادوارد بيرنيز (Edward. Bernays) أنها "محاولة كسب تأييد الرأي العام بالنسبة لنشاط أو قضية، أو حركة أو مؤسسة، وذلك عن طريق الإعلام والإقناع والتكيف"[4]. إذ تعمل العلاقات العامة على رصد الشعور العام والرأي العام لدى الجماهير ومن ثم توجيه رسائل التعريف والاقناع.

---

(1) حميدة سميسم، الحرب النفسية، المصدر السابق، ص135.

(2) أحمد بدر، الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية ، الكويت ، دار القلم ،1974، ص237- 238.

(3) إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، ط3، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1984، ص18.

(4) محمود محمد الجوهري، العلاقات العامة في المؤتمرات الدولية، القاهرة، دار المعارف، 1959، ص102.

ويتكون المفهوم العلمي للعلاقات العامة من ثلاثة أركان هي[1] :

1. أن العلاقات العامة عملية طويلة المدى ودائمة ومستمرة تستهدف اولاً توعية الجماهير ومنحها معلومات كثيرة ووافية عن موضوع معين او قضية معينة.
2. تستهدف العلاقات العامة إقناع الجماهير النوعية بتغير أو تعديل أدائها وسلوكها تجاه موضوع معين أو قضية معينة.
3. تستهدف العلاقات العامة إحداث قدر من التكيف أو التوافق بين مواقف هيئة معينة واتجاهاتها وسياستها ومواقف الجماهير النوعية واتجاهاتها وارائها التي ترتبط مصالحها العامة.

وتعمل العلاقات العامة الدولية في العصر الحديث على الأعلام السياسي والترويج للمذاهب السياسية والاجتماعية، وشرح السياسات الدولية على الشاشة وعبر الأثير، حيث يرسم سياسات العلاقات العامة خبراء الأعلام والدعاية[2].كما تعد جهود العلاقات العامة ذات أهمية في مجال السياسة الخارجية والعلاقات الدولية، فالعلاقات العامة تعد مكملة للسياسة الخارجية وبدونها تتخبط تلك السياسة التي تتطلب إزالة عوامل سوء الفهم والتوتر[3].فالعلاقات العامة "فن وعلم يقوم به صانعو القرار والقائمون بالسياسة الخارجية، لإدارة تلك السياسة والدعاية لصالح دولهم عن طريق استخدام فنون العلاقات العامة وأساليبها الاتصالية".

ويعد الرئيس الأمريكي ثيودور روزفلت من الرواد الأوائل لفن العلاقات العامة السياسية، فقد كان يدرك أهمية الأثر العميق للأعلام في تكوين الرأي العام، وكان أول رئيس أمريكي يخصص للصحفيين أماكن خاصة في البيت

---

(1) محمد منير حجاب وسحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1992 ، ص33.

(2) محمود محمد الجوهري، مصدر سابق، ص 115.

(3) ناهض فاضل زيدان، العلاقات العامة في السياسة الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب- قسم الأعلام، 1996 ، ص104.

الأبيض لأنه كان يؤمن بضرورة الاتصال بالرأي العام ودراسة اتجاهاته والوقوف على رغباته[1].

وقد أشارت نتائج دراسة علمية[2] ، إلى دخول العلاقات العامة في مجال السياسة الخارجية للعمل على تحسين صورة الدولة القائمة بالاتصال في المجتمعات الدولية إزالة سوء الفهم المحتمل ، كما أشارت الدراسة إلى وجود جمهور داخلي وخارجي للعلاقات العامة في السياسة الخارجية ، فالجمهور الداخلي يتمثل بوزارة الخارجية والممثلين الدبلوماسيين والقنصليات ... الخ ، أما الجمهور الخارجي فهو ذلك الجمهور الذي توجه إلى بلده السياسة الخارجية[*]. والعلاقات العامة الدولية (International Public Relation)، هي التي تهتم بإقامة علاقات الصداقة والمودة والتفاهم مع شعوب الدول الأجنبية[3].

كانت الولايات المتحدة الأمريكية الرائدة في مجال استخدام العلاقات العامة في مجال السياسة الخارجية ، منذ المحاولات التي بدأت ببذلها الماكنة الإعلامية الأمريكية في استقطاب "الرأي العام الدولي نحو السياسة الأمريكية لتأييدها أو تقبلها"[4] ، ولذلك "أصبح من الضروري أن تربط كفاءات العلاقات العامة التي تعرف بالرئيس الأمريكي ، وتقدمه للعالم مع بقية موظفي الإدارات الأمريكية بسياسة واضحة وجديدة وغير مقنعة[5].

(1) محمود الجوهري، مصدر سابق، ص 135- 136.

(2) رسالة ماجستير للباحث ناهض فاضل زيدان، مصدر سابق، ص148.

(*) مثال ذلك السياسة الخارجية الأمريكية تجاه العالمين العرب والإسلامي حيث يكون جمهورها الخارجي هو الرأي العام أو الشعوب العربية والإسلامية.

(3) محمود محمد الجوهري، مصدر سابق، ص 136.

(4)United States Advisory commission on public diplomacy, annual report 2004, Op. cit. P8.

(5)I bid .

ولعل استخدام الولايات المتحدة الأمريكية لشركات العلاقات العامة في مجال تعريف الجمهور الخارجي بالسياسة الأمريكية الشاهد الأكبر على أهمية العلاقات العامة في الدبلوماسية الشعبية.

لقد أدت التغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية في العالم إلى تشابك المصالح وتسهيل وسائل الاتصال العالمي، ومن هنا ظهر دور العلاقات العامة في العلاقات الدولية.... حيث تقع مسؤوليتها في الولايات المتحدة على عاتق وكالة الإعلام الأمريكية، التي تعمل على تحقيق أهداف السياسة الخارجية الأمريكية عن طريق شرحها وتفسيرها فضلاً عن مواجهة الدعاية المضادة[1]. ويظهر لنا مما سبق أهمية العلاقات العامة في مجال الدبلوماسية الشعبية وخاصة ما يصطلح عليه العلاقات العامة الدولية.

الدبلوماسية الشعبية والحرب النفسية:

تعد الحرب النفسية سلاحاً اساسياً تستخدمه الدول في الحرب الحديثة فهي تقوم بدور فعال في قتل معنويات العدو وتحطيم ارادته وحمله على الاستسلام[2].

ولعل التعريف الذي وضعه الجيش الامريكي للحرب النفسية في احد معاجمه وهو الاقرب الى مفهوم الدبلوماسية الشعبية حيث وصفت بأنها " استخدام مخطط من جانب الدولة في وقت الحرب وفي وقت الطوارئ لاجراءات دعائية بقصد التأثير على اراء جماعات اجنبية عدائية او محايدة او صديقة وعواطفها ومواقفها وسلوكها بطريقة تعين على تحقيق سياسة الدولة واهدافها[3] ".

ولعل التاثير على اراء الجمهور الخارجي وعواطفه ومواقفه وجعله يتبنى افكاراً و آراء تتماشى مع ما يريده القائم بالحرب النفسية هو اهم اهداف الدبلوماسية الشعبية واذا كانت الحرب النفسية توجه لجماهير اجنبية في اوقات

(1) محمد علي العويني، مصدر سابق، 1990، ص184.

(2) حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، القاهرة دار العالم العربي، 1977، ص304.

(3) صلاح نصر ، الحرب النفسية ، معركة الكلمة والمعتقد ج1 ، ط2 ، القاهرة ، 1967 ، ص90 .

الحرب لتشنها عند تعرضها للحرب ، وفي اوقات السلم لضمان عدم تأثير الدعاية المضادة عليها فان الدبلوماسية الشعبية توجه ايضاً لجماهير اجنبية في اوقات الحرب او السلم وتدخل الدبلوماسية الشعبية جزءاً من الحرب النفسية عن طريق ما اصطلح عليها بالحرب النفسية الوقائية ... التي تمثل البعد النفسي لسياسة الامن القومي في اوسع مفاهيمه ، والتي تقوم على التثقيف السياسي المكثف اولاً وتعميق الكراهية للعدو المحتمل ثانياً[1]، كما تدخل الدبلوماسية الشعبية ايضاً فيما يصطلح عليه بالحرب النفسية المضادة[2].

ان ما يميز التداخل بين الحرب النفسية والدبلوماسية الشعبية رغم الفرق الشاسع بين كلمتي (الحرب والدبلوماسية) هو استخدام الدبلوماسية الشعبية اثناء الحرب الباردة بين المعسكرين الغربي الذي تقوده الولايات المتحدة والشرقي الذي يقوده الاتحاد السوفيتي سابقاً ، وقد حققت الدبلوماسية الشعبية سواء عن طريق وسائل الاعلام الموجهة او بواسطة الوسائل الثقافية نتائج متعددة في التاثير على الجمهور الشرقي[*] انذاك كما ان استخدام الدبلوماسية الشعبية كاستراتيجية امريكية في حربها ضد الارهاب برهان اخر على التداخل بين الحرب النفسية والدبلوماسية الشعبية.

كما يستخدم العامل النفسي في تكييف مواقف الافراد والجماعات في البلاد الاجنبية حيث تستخدم الولايات المتحدة الامريكية اساليب متنوعة بما فيها العلاقات الاجتماعية والثقافية والايديولوجية لبلوغ اهدافها في التاثير على مواقف الاصدقاء او الخصوم او المحايدين[3].

---

(1)حميدة سميسم ، الحرب النفسية ، مصدر سابق، ص25 .

(2)المصدر نفسه .

(*) كانت احدى وظائف الممثلين الدبلوماسيين الامريكيين في الخارج العمل على تكييف مواقف الافراد والجماعات في البلاد الاجنبية انظر روي مكريدس، مناهج السياسة الخارجية في دول العالم، ترجمة: حسن صعب ، بيروت، منشورات المكتبة الاهلية ، 1961، ص524.

(3) المصدر نفسه ، ص525.

الجدول (2.2) يوضح أهم نقاط الالتقاء والاختلاف بين كل من الدبلوماسية الشعبية وانماط الاتصال كالدعاية والعلاقات العامة والحرب النفسية

	الدبلوماسية الشعبية	الدعاية	العلاقات العامة الدولية	الحرب النفسية
الجمهور	توجه لجمهور خارجي	توجه بجمهور داخلية وخارجية	توجه لجماهير داخلية وخارجية	توجه لجماهير خارجية
الوسائل	تستخدم وسائل الاعلام والوسائل الثقافية والمادية	تستخدم وسائل الاعلام والوسائل الثقافية والمادية	تستخدم وسائل الاعلام وانواع مختلفة من الاتصال	تستخدم وسائل الاعلام والوسائل العسكرية والثقافية والمادية والدعاية
فترة الاستخدام	في اوقات الحرب والسلم			

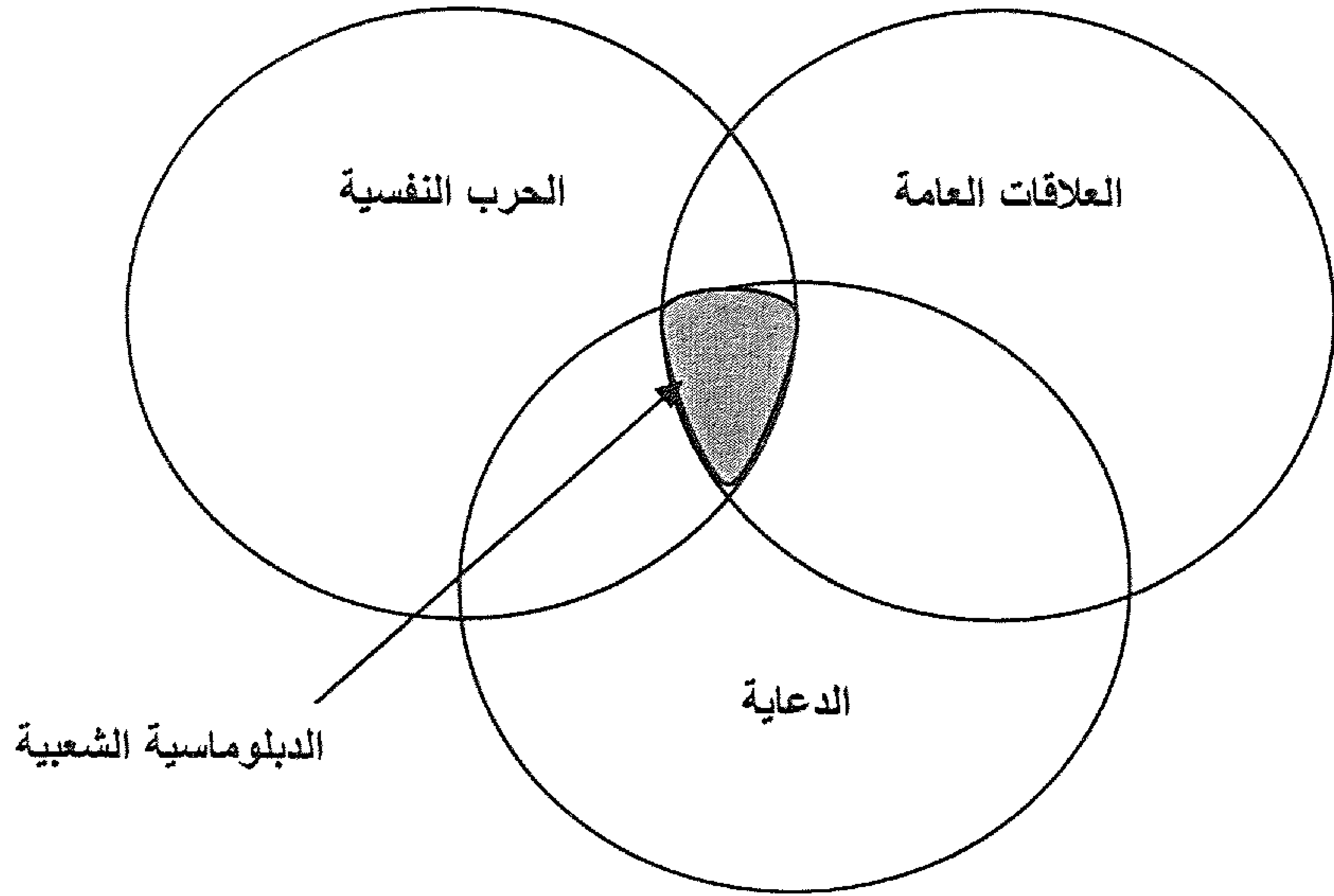
وتوظف كل من الدعاية والعلاقات العامة والحرب النفسية بمجالاتها المختلفة في خدمة الأخرى، ولذلك وصفت الكثير من النشاطات الدبلوماسية الشعبية بأنها نشاطات دعائية او في مجال الحرب النفسية، ولعل توقيت الاستخدام والتداخل مع مستويات الاتصال الأخرى ، أهم ما يربط الدبلوماسية الشعبية بالعلاقات العامة، فاستخدام وكالات العلاقات العامة في الحرب النفسية أمر شائع، وما قامت به وكالات ومؤسسات العلاقات العامة الأمريكية في حرب الخليج عام 1991 وعام 2003 ابرز مثال على ذلك.

وعلى هذا الأساس فهنالك ترابط كبير بين كل منها ، كما أن الدبلوماسية الشعبية تستخدم نشاطات الدعاية والحرب النفسية والعلاقات العامة

الدولية في تحقيق أهدافها مما ادى الخلط بين هذه المستويات من التعامل ، عند الذين كتبوا في الادبيات الاعلامية.

ويرى الباحث أن الدبلوماسية الشعبية نقطة تشترك فيها مع مستويات التعامل الثلاثة ، الحرب النفسية والدعاية والعلاقات العامة ، وكما هو موضح في الشكل (2- 2).

الشكل (2- 2) (*) يظهر موقع الدبلوماسية الشعبية حيث تمثل حلقة الوصل بين الدعاية والحرب النفسية والعلاقات العامة



(*) الشكل من تصميم الباحث.

المبحث الثاني

الدبلوماسية الشعبية الأمريكية حتى أحداث 11 أيلول/سبتمبر 2001م

اولاً– تطور مفهوم وتطبيقات الدبلوماسية الشعبية:

بدأ مفهوم الدبلوماسية الشعبية عند الامريكان موضع الاستخدام اثناء الحرب العالمية الاولى عندما اسس الرئيس الامريكي ويلسون[*](Willson) لجنة الاعلام الشعبية التي عرفت فيما بعد بلجنة كريل (Creal) نسبة الى رئيسها جورج كريل (George Creal) مكلفة بجعل اهداف الحرب الامريكية معروفة على نطاق واسع حول العالم وكان ولسون اول رئيس امريكي ادرك اهمية اخذ الاراء الشعبية في البلدان الاخرى بعين الاعتبار بسبب امكانية تاثير تلك الاراء في صياغة سياسات حكوماتها[1]. وألغيت هذه اللجنة عام 1919[2] بعد انتهاء الحرب العالمية الاولى.

(*) ويلسون 1856- 1924 هو الرئيس الثامن والعشرين للولايات المتحدة الامريكية امتدت رئاسته بين 4 مارس 1913 م وحتى 3 من مارس 1921م ... كان شديد الحذر عندما اعلنت الحرب العالمية الاولى فاعلن ان امريكا تلتزم الحياد ولكنه تقدم بطلب الى الكونكرس للموافقة على اعلان الحرب بعد ان هاجمت المانيا بشكل مكثف السفن التجارية الامريكية عام 1917 سافر بعد انتهاء الحرب عام 1918 الى باريس لاقناع الدول المنتصرة بانشاء عصبة الامم نال جائزة نوبل للسلام عام 1920 توفي في 3 شباط 1924 ، انظر: صموئيل كرومبتون ، رؤساء امريكا ، ترجمة مركز اعلام الوطن العربي ، دار الملتقى للنشر ، 1994، ص 107- 109.

(1)Anna Tiedeman and Alan K. Henrikson , Us public diplomacy in the middle East , seminar on Geography , foreign policy and world order, 4 may 2004, P8.

(2) Hans N. Tuch .OP. cit. P14.

واستجابة للمخاطر التي شكلتها الثقافة الالمانية وجهود الحزب النازي احيا الرئيس الامريكي فرانكلين روزفلت (Franklin Rosfeld)(**) النشاطات الإعلامية والثقافية الاجنبية عندما شكل لجنة التعاون العلمي بين المؤسسات الحكومية وقسم التعاون الثقافي في وزارة الخارجية وبذلك فأن تعيين موظفين للشؤون الثقافية في بعض مناطق امريكا اللاتينية لتنظيم برامج التبادل تؤشر بداية استخدام العلاقات الثقافية مع البلدان الاجنبية عن طريق الدبلوماسية الشعبية[1].

شهدت الدبلوماسية الشعبية في وقت مبكر من اربعينيات القرن الماضي استخدام عبارة "الشعب من اجل كسب العقول والقلوب" لوصف نشاطات الدبلوماسية الشعبية، عندما اسس قسم العلاقات الثقافية ومكتب منسق الشؤون الامريكية الدولية بالاضافة الى مكتب المعلومات الحربية، حيث استهدفت الولايات المتحدة التأثير على الجماهير التي كانت تعيش في ظل الانظمة الشيوعية، ورأت الولايات المتحدة انذاك ان عدم وجود استراتيجية للتأثير على الشعوب الاخرى سيعرض سياستها وبرامجها للخطر كما سيضع امنهم في الموقع نفسه . ولذلك بدأت برامج الدبلوماسية الشعبية اثناء الحرب العالمية الثانية لمحاولة الحفاظ على الامن الوطني للولايات المتحدة فضلا عن بقية دول العالم[2].

استخدمت الولايات المتحدة الدبلوماسية الشعبية مع كل من المانيا واليابان بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية عام 1945 م ثم مع دول شرق اوربا بعد اتفاقية

(**) فرانكلين ديلانو روزفلت (1882- 1945) الرئيس الثاني والثلاثين للولايات، مدة رئاسته امتدت من 1933 – 1945 ينتمي الى اصول ارسطقراطية فكان والده من الاثرياء، تخرج من مدرسة الحقوق في جامعة كولومبيا وبدأ نشاطه السياسي عندما فاز بمقعد في مجلس الشيوخ في ولاية نيويورك عام 1910 حتى اصبح حاكماً للولاية عام 1928، عرف بقوة شخصيته وحكمته وبمواقفه الوطنية ، قاد حملة ضد الركود ودعا الى اطلاق الحريات، كان ممثلا للحزب الديمقراطي وفاز باربع فترات رئاسية انتهت بوفاته اثر انتكاسة صحية في 12/ابريل/ 1945، **انظر: صموئيل كرومبتون**، مصدر سابق، ص ص 119 – 122 .

(1)Hans N. Tuch. Op. cit. ,14 .
(2) Michel M. Fugiel . Op. cit. , P12.

هلسنكي عام 1974م وحصلت الدبلوماسية الشعبية على نتائج وصفت آنذاك بالباهرة(*).

ان اول قانون امريكي اعطى الشرعية لنشاطات الدبلوماسية الشعبية كان قانون التبادل الثقافي والاعلامي لحكومة الولايات المتحدة عام 1948م والذي عرف بقسم او قانون(سمث – موندت Smith – Mondit)(*) وكان الغرض منه "الوصول الى فهم افضل وفكرة اكثر ايجابية عن الولايات المتحدة بين شعوب العالم وتعزيز علاقات التعاون الدولي[1] وخول القانون اعداد ونشر المعلومات عن الولايات المتحدة وشعبها وسياستها عن طريق الصحافة والاصدارات الطباعية والراديو والصور المتحركة ووسائل الاعلام الاخرى فضلاً عن ما تقوم به مراكز الاعلام والمحاضرون في الخارج[2]. وربما كان هذا القسم النواة او الفكرة الاولى لوكالة الاعلام الامريكية، التي تأسست عام 1953 لتأخذ دورها في الاشراف على نشاطات الدبلوماسية الشعبية .

اعلن قانون "سمث – موندت" عندما كانت النشاطات الثقافية والاعلام الخارجي ما زالت تشكل جزءاً من وزارة الخارجية، وقد اصبح القانون بعد ذلك تشريعاً فاعلاً لوكالة الاعلام في حكومة الولايات المتحدة عندما اعلن عن تاسيسها

(*) يشرح الدكتور سعد الدين ابراهيم رئيس مركز ابن خلدون واستاذ علم الاجتماع في الجامعة الامريكية في القاهرة الأسلوب الذي اتبعته الولايات المتحدة في اليابان والمانيا ومن بعدها في اوربا الشرقية بالقول " امريكا تتعامل مع المشكلات بموستويين الاول مستوى مفهومي ، والثاني براغماتي ولهذا فهم اعتمدوا على علماء الاجتماع اولاً لدراسة هذه المجتمعات ثم السياسين والاقتصادين لوضع البرامج برامج انمائية، ونجحوا في ذلك نجاحاً باهراً ادى الى سقوط المنظومة الشرقية الشيوعية بالكامل دونما حرب ... من هنا فان الامريكان يقومون بالتجربة مرة اخرى وهم واثقون من حصولهم على النتائج نفسها. انظر: عبد الرحيم علي ، الشباب العربي .. هدف الدبلوماسية الامريكية ، اسلام اونلاين 23- 8 - 2004
http://www.islamonline.net/Arabic/news/2004-08/23/article10.shtml. 6.6.2005

(*) سمي ايضاً بقانون تحسين فهم الشعوب لسياسة الولايات المتحدة وتقوية علاقات التعاون الدولية، انظر: . Hans . N. Tuch Op.P16

(1)Anna Tiedemen. OP. cit. p9-10.
(2)Hans N. Tuch. Op. cit. P16.

كوكالة مستقلة في اب عام 1953 نسبة إلى خطط اعادة التنظيم وقد اصبحت بموجبها جميع برامج الدبلوماسية الشعبية ضمن عمل وكالة الاعلام الامريكية ماعدا برنامج التبادل التربوي الذي بقي ضمن عمل وزارة الخارجية الامريكية.

شهدت فترة الرئيس الامريكي ايزنهاور تطوراً في جهود الدبلوماسية الشعبية، حيث اعلن ايزنهاور في بيان له تشكيل (وكالة خدمات الاعلام في الخارج) وقد طلب ايزنهاور من هذه الوكالة تقديم الدلائل الى الشعوب الاخرى على ان سياسة الولايات المتحدة في تناغم مع تقدمهم وطموحاتهم المشروعة في التقدم وتحقيق السلام[1].

وقد سارت سياسة وكالة الاعلام الامريكية في عقد الخمسينيات باتجاهين[2]:

الاتجاه الاول: معاداة الشيوعية وهو ما افرزه خطر الحرب الباردة.

الاتجاه الثاني: ممارسة النشاطات الاعلامية والثقافية المرتبطة بالاحتلال العسكري الامريكي لليابان والمانيا والنمسا.

وقد عملت خطة "اعادة التنظيم" على زيادة المصداقية والشرعية لبرنامج الحكومة الامريكية في التاثير على القلوب والعقول، حيث بدأت وكالة الاعلام الامريكية بعرض قصة امريكا الى العالم الخارجي[3] في ذلك الوقت. وقد اصبحت وكالة الاعلام الامريكية احدى اهم ادوات الولايات المتحدة الامريكية لادارة الدبلوماسية الشعبية حتى وقت دمجها في وزارة الخارجية سنة 1999[4].

---

(1) I bid , P21.

(2) Ibid PP 21-22.

(3) Michele M. Fugiel Op. cit. P13.

(4) United states Information Agency , USIA: Communication (Washington , D. C.:USIA, 1999, p15.

وفي سنة 1950م شن الرئيس الأمريكي ترومان (Truman)(*) حربا دبلوماسية شعبية تهدف الى اشاعة الافكار والقيم الغربية بين الشيوعين، بواسطة "حملة الحقيقة"، إذ حذر ترومان من ان "الحرية" تواجه تحديا خطيراً تفرضه "الشيوعية الامبريالية" واعتبر ترومان ذلك الصراع ويقصد به الحرب الباردة(*) او الصراع مع الفكر الشيوعي صراعاً يجب ان تقف له قبل كل شيء عقول الرجال ... وان الحملة الدعائية الشيوعية تقارع بالحقيقة وحدها ... من خلال الوسائل المتمثله بالصحف والراديو والاخبار والمصادر الاخرى التي يثق بها الشعب ... ولذلك يجب علينا ان نسمع العالم حدث الحقيقة عن طريق حملتنا العظيمة[1]. وهو ما يشير الى دور الدبلوماسية الشعبية في الدعاية المضادة.

لم تكن الدبلوماسية الشعبية في المدة التي اعقبت الحرب العالمية الثانية تستهدف الدول الشيوعية فقط، بل انصب جهد الدبلوماسية الشعبية على الشعوب الشرقية الاخرى التي تحكمها انظمة دكتاتورية، وذلك بداعي زرع بذور الديمقراطية فيها، وهذا ما تم عن طريق برامج التبادلات الثقافية والمكتبات والمراكز الثقافية والمدارس والمعاهد والبرامج الاجتماعية والجامعات.

فبعد الغائه دائرة الاعلام الحربي وهي وكالة الدعاية والاعلام في زمن الحرب وتوزيع مهامها على بعض المكاتب الحكومية، قام الرئيس الامريكي ترومان باصدار تعليمات الى

(*) قال الرئيس ترومان " ان على الولايات المتحدة التاكيد على ايصال صورة كاملة عنها الى الشعوب الاخرى كما يجب ان ننقل صوراً عادلة وكاملة للحياة الامريكية وان تعرف باهداف سياسات حكومة الولايات المتحدة للمزيد انظر: .Ibid

(*) اطلق اصطلاح الحرب الباردة (cold war) على الصراع الايديولوجي (الفكري) بين الولايات المتحدة الامريكية والاتحاد السوفيتي السابق بعد الحرب العالمية الثانية ونتيجة لهذا التنافس والصراع الفكري اصبحت هنالك عملية استقطاب دولية تمثلت بانقسام العالم على اثرها الى معسكر شرقي حليف للاتحاد السوفيتي السابق ومعسكر غربي حليف للولايات المتحدة الامريكية وسميت بالحرب الباردة لانها لا تشتمل على تصعيد عسكري بين الاطراف المتنازعة. انظر ابراهيم ابو عرقوب، معجم مصطلحات الحرب النفسية، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 1992، ص131.

(1) Hans N. Tuch. OP. cit, P15.

وزارة الخارجية لعمل خطط دائمة لادارة الدبلوماسية الشعبية للولايات المتحدة[1] (على الرغم من عدم استخدام المصطلح في ذلك الوقت) .

وتعد المدة التي اعقبت انتصار الحلفاء في الحرب العالمية الثانية حجر الاساس في الدبلوماسية الشعبية للولايات المتحدة الامريكية... حيث عمدت عن طريق اهدافها على اعادة تربية وتوعية الشعوب المهزومة في المانيا النازية واليابان والنمسا من خلال التوجه الى الديمقراطية وهذا ما جعل الولايات المتحدة تدخل ولاول مرة في برامج اجتماعية وثقافية وتربوية بعيدة المدى موجهة للخارج وذلك بين عامي 1946 - 1954[2].

ويعزى تنامي حاجة الولايات المتحدة الامريكية الى استخدام الدبلوماسية الشعبية في المدة التي تلت الحرب العالمية الثانية الى بدء الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي بقيادة قطبي الصراع انذاك الاتحاد السوفيتي السابق والولايات المتحدة الامريكية ، فاصبح من اللازم على الولايات المتحدة الامريكية استخدام الدبلوماسية الشعبية لتوجيه رسائل الى جماهير المعسكر المقابل.

وقد ركزت الولايات المتحدة في توظيفها للمعلومات والاتصالات، أثناء الحرب الباردة على الأهداف الاتية:

1- ***الأهداف الإيديولوجية*** : غرس بذور الفكر الرأسمالي في دول العالم الثالث ولاسيما الوطن العربي وإبعاد الأفكار غير الرأسمالية

2- ***الأهداف السياسية*** : ومن بينها تشويه سمعة بعض الدول المعادية لأمريكا وعزل دول العالم الثالث التي اختارت طريق التطور الرأسمالي[3] .

---

(1)Ibid , P14 -15.

(2) قدم الى الولايات المتحدة بين عامي (1949- 1954) اكثر من عشرة الاف موظف في تبادل رسمي للقادة والمتدربين وطلاب الجامعات وحتى صغار السن، كما ارسل الى المانيا خلال الفترة نفسها اكثر من ثمانية الاف متخصص للتدريس والتدريب وكمستشارين وقد دعي فقط بين عامي (1950- 1952) الف الماني من القادة في كل سنة الى الولايات المتحدة وشارك 13.354 شخصاً في برنامج حكومة الولايات المتحدة والحكومة الالمانية لتبادل الافراد، للمزيد انظر:
Hans N. Tuch. P16.

(3) بروموشكين ف.ي. وموفا ي.ر.، الاستعمار الفكري والروحي، ترجمة نجيب غبرا، دمشق دار الشيخ للدراسات والترجمة والنشر 1996، ص ص 22- 23.

اما اثناء حرب فيتنام فقد شهدت وكالة الاعلام الامريكية في النصف الثاني من ستينيات القرن الماضي انتفاضة كبيرة بعد ان رسم لها دور في الحرب النفسية في فيتنام حيث عبأت الولايات المتحدة كل ما لديها من امكانات مادية ومعنوية في ذلك الصراع، وقد اصبح دور وكالة الاعلام الامريكية انذاك ذا اربعة جوانب هي[1]:

1- تنفيذ برنامج ثقافي واعلامي واسع .
2- العمل كمخزن للبعثات الدبلوماسية ومن اولى واجباتها مخاطبة الصحافة العالمية .
3- الاشتراك بفعالية الحرب النفسية ضد القوات العدوة .
4- دعم وزارة الاعلام الفيتنامية والعمل بالنيابة عنها في بعض الاحيان في تثقيف السكان المحليين واعلامهم باهداف الحرب.

كما كسبت الدبلوماسية الشعبية عناية مهمة وكبيرة في عهد الرئيس الأمريكي جون كندي(John Kenady)[*]، ففي غضون حرب الأفكار التي سادت الحرب الباردة كان من الضروري العمل على جعل الجماهير الاجنبية تحت التأثير وخاصة الجماهير التي تعيش في ظل أنظمة شيوعية وقد شهدت الدبلوماسية الشعبية على يد كيندي تحولاً جديداً، ففي عام 1963، اصدر كيندي بياناً رئاسياً لوكالة الاعلام الامريكية ابدل فيه مهمة الوكالة، ففي الوقت الذي كانت فيه الوكالة تقوم باعلام المستمعين الاجانب وشرح اهداف السياسة

---

(1)Hans N. Tuch. Op .cit, P30 .

(*) جون كنيدي (1917- 1963) الرئيس الخامس والثلاثين للولايات المتحدة ، مدة رئاسته امتدت من 1961- 1963، ولد لرجل اعمال ودبلوماسي هو جوزيف كنيدي وتخرج من جامعة هارفارد عام 1940 واصبح عضواً في مجلس الشيوخ الامريكي عام 1952، وفاز بالرئاسة عام 1961، وعام 1963 توصل الى اتفاقيات مع السوفيت للحد من تجارب الاسلحة النووية، واستطاع ان يحتل بوضوح موقع زعيم (العالم الحر) وارتفعت شعبيته في اميركا رغم انه لم ينجز شيئاً هاماً على الصعيد الداخلي، تم اغتياله عام 1963 من قبل لي هارفي اوزوالد، انظر: صموئيل كرومبتون، مصدر سابق، ص131- 134.

الامريكية، اصبحت مهمة وكالة الاعلام المساعدة على تحقيق اهداف السياسة الخارجية والتاثير على اتجاهات الراي العام في الدول الاجنبية وهو ما يشكل اعترافاً في ذلك الوقت بان جهود الاعلام لاتكفي، وقد حدد بيان كيندي الوسائل التي يجب على الوكالة استخدامها للتاثير على اتجاهات الراي العام الخارجي بـ المذياع والكتب والصحف والافلام والتلفزيون والمعارض وتدريس اللغة فضلاً عن اهم هذه الوسائل وهو الاتصال الشخصي، في حين ظل التبادل الثقافي والتربوي تحت سيطرة وزارة الخارجية[1].

اتخذت الدبلوماسية الشعبية اثناء فترة ادارة الرئيس الامريكي جيمي كارتر (Gemmy Carter)[*] منحاً اخر، عندما ظهرت فكرة "الشراكة المتبادلة"، " فبدلاً من التركيز على نشر وبث المعلومات، تم تخصيص بعض المصادر للاستماع الى الجمهور غير الامريكي ومعرفة اهتمامات ذلك الجمهور، وبذلك برز مفهوم جديد للدبلوماسية الشعبية تحت اسم "خطة اعادة التاسيس" رقم (2) لسنة 1977م، فقد تم اجراء رسم ضمني لمهمات اساسية وثقها كارتر في مذكراته في الثالث عشر من اذار من العام نفسه وارسلت الى مدير الوكالة الامريكية آنذاك (جون راين هارت) وهذه المهمات هي[2]:

1. تشجيع ودعم ورعاية اوسع واكبر لتبادل ممكن في الافكار والشخصيات مع البلدان والامم الاخرى.

---

(1)Hans N. Tuch Op .cit ,p31 .

(*) جيمس ايريل كارتر (1924-) الرئيس التاسع والثلاثون للولايات المتحدة الامريكية امتدت مدة رئاسته من 20 كانون الثاني سنة 1977 وحتى 20 من كانون الثاني سنة 1981 وقد استهل رئاسته بقرار اثار عاصفة من الجدل عندما اصدر عفواً عاماً عن جميع المتهربين من الخدمة العسكرية اثناء حرب فيتنام، تعرض الاقتصاد القومي اثناء فترة رئاسته الى الكثير من المتاعب، كان كارتر مثالياً في سياسته الخارجية فقد اتخذ موقفاً متشددا ضد انتهاك حقوق الانسان في أي مكان من العالم كما حرص على تخفيض حدة التوتر الذي تسببه الحرب الباردة، حقق نجاحاً في جمع مصر واسرائيل لتوقيع معاهدة السلام في كامب ديفيد سنة 1978، انظر صموئيل كرومبتون، مصدر سابق، ص145 - 147 .

(2)The White House Memorendum for Director, international communication Agency, 13 March 1978, A1, found in Hans N. Tuch . Op. cit . P32.

2. تزويد الشعوب الاجنبية بافضل فهم ممكن للسياسات الخارجية الامريكية ونواياها واهدافها اضافة الى معلومات كافية عن المجتمع الامريكي وثقافته وايصال تلك الشعوب الى مستوى الادراك لتبرير اختيار بعض السياسات وتفضيلها على البعض الاخر.
3. تعزيز وتاكيد فكرة ان حكومتنا تقيم جميع الشعوب الاجنبية في افكارها وثقافتها وادائها وهذا يساعد ايضاً في صناعة السياسة وتقديم الدعم للامريكين افراداً ومؤسسات في تعلم ثقافات الامم الاخرى.
4. المساعدة في تطوير وتنفيذ سياسات وطنية شاملة على صعيد العلاقات الدولية، بتشجيع واطلاق اعلى مستوى لتدفق المعلومات والافكار بين شعوب العالم.
5. اجراء المفاوضات الرامية الى التبادلات الثقافية مع حكومات اخرى مع مراعاة انه كلما كانت التبادلات والمشاركات الثقافية والفكرية والمعلوماتية اكثر بين الافراد عوضاً عن المؤسسات والحكومات كلما اصبحت اكثر فعالية وتأثيراً.

كما شهدت فترة ادارة الرئيس كارتر اعادة تنظيم لوكالة الاعلام الامريكية واعادة نظر اخرى في توجهات الدبلوماسية الشعبية الامريكية وقد جلب معه ذلك تفسيرين رئيسيين على عمليات الوكالة هما:

الاول :- نقل مهام معينة الى وكالة الاعلام كان ينفذها في السابق مكتب الشؤون الثقافية والتربوية وبذلك فقد تم دمج كل نشاطات الدبلوماسية الشعبية لحكومة الولايات المتحدة في مؤسسة واحدة اعيد تسميتها في ذلك الوقت الى "وكالة الاعلام الدولي (International Communication Agency) حيث مارست هذه الوكالة مهامها بشكل رسمي اعتباراً من الاول من ابريل/ نيسان عام 1978م[1].

(1) محمد علي العويني، مصدر سابق ص177.

الثاني :- اعادة التنظيم السابق الذكر اكد ولاول مرة التفويض الاضافي في ثنائية الدبلوماسية العامة الا وهو التعليم والاعلام وهذه الثنائية امر غريب ومصطلح جديد للمتشددين في الحرب الباردة، الذين تكيفوا لهذا المفهوم[1].

وفي عهد الرئيس الامريكي رونالد ريغان (Ronald Reign)[*] تغيرت الدبلوماسية الشعبية او تطورت اساليبها بتغير وتطور اساليب وكالة الاعلام الامريكية التي وصفت انذاك بالملفتة للنظر، فـ(ريغان) الذي عمل ممثلاً في السابق ادراك اهمية الصورة الذهنية في بناء او ايصال المعلومات وترسيخها، ولذلك سخر مدير وكالة الاعلام الامريكية انذاك جارلس ويك (Charles Week) كل مصادر الوكالة لبناء وتكوين صورة انطباعية عن الرئيس الامريكي في عيون العالم اثناء المواجهة ضد الشيوعية وكانت احدى كبريات المشاريع الخاصة بالوكالة تتضمن البدء بتبادلات ثقافية جديدة بين الولايات المتحدة والدول الصناعية وكانت احدى هذه البرامج الثقافية تحمل اسم " برنامج ريغان للتبادل الشبابي الذي بدأ العمل به عام 1982م . وقد جعل ويك من التلفزيون أداة فعالة لصالح الدبلوماسية الشعبية وهو الذي أدرك وجوب جعل شعوب اوربا الغربية تطلع على الجانب الامريكي لاي قضية وليس الروايات التي يرويها الشيوعيون عن الامريكيين التي اعتبرها مزعومة ومضللة[2]، ولذلك فان التفكير بتأسيس شبكة تلفزيون وورلدنت جاء لتبرير سياسات الولايات المتحدة تجاه الشعوب الاخرى.

---

(1)Hans N. Tuch . Op. cit . P32

(*) رونالد ويلسون ريغان (1911- 2005)، الرئيس الاربعين للولايات المتحدة، مدة رئاسته 1981-1989، ولد في ولاية البتوي وبدأ حياته ممثلاً ونجماً سينمائياً، وبدأ ديمقراطياً ثم اصبح جمهورياً عام 1962 واصبح حاكماً لكاليفورنيا وفاز بالانتخابات عام 1981، اهتم بالجانب الاقتصادي وتمكن من القضاء على التضخم وفاز مرة اخرى 1984، ثم تقاعد عام 1989 وبقي صوتاً مؤثراً في الحزب الجمهوري. انظر: صموئيل كروميتون، مصدر سابق ، ص 149- 151.

(2) Anna Tiedeman . Op. cit. P12.

مع تفكك الاتحاد السوفيتي السابق ونهاية الحرب الباردة عام 1991م، "اصبح الامريكيون اكثر اهتماما بالتوفير في الميزانية"[(1)]، وقد طرحت العديد من التساؤلات عن جدوى الاستمرار في برامج الدبلوماسية الشعبية، بعدما هزم عدو امريكا، وقد ظهر لدى العديد ان الاستمرار في بث الافكار ونشرها ليس الا اضاعة للوقت والجهد والمال[(2)] وقد خطط اثناء تلك الفترة اعضاء جمهوريون في الكونكرس لتقليص الانفاق، وبالفعل تم تقليل برامج وكالة الاعلام الامريكية ودمج بعضها في وزارة الخارجية[(3)]، وتم في عهد الرئيس الامريكي بل كلنتون[(*)] قطع الامدادات المالية الممنوحة للدبلوماسية الشعبية، فضلاً عن الغاء العديد من برامج التبادل بين الاعوام من 1995- 2001، وقد سجل تراجع التبادلات الثقافية والاكاديمية من 45000 الى 29000 الف شخص في السنة ، كما تم دمج وكالة الاعلام الامريكية بوزارة الخارجية لغرض التقليل من التكاليف[(4)]. ولذلك فان جهود الدبلوماسية الشعبية في المدة المحصورة بين انتهاء الحرب الباردة واحداث الحادي عشر من ايلول / سبتمبر عام 2003 م يمكن وصفها بانها جهود غير منظمة ولا تتبع ستراتيجية محددة .

---

(1)Joseph S. Nye, Soft power and the straggle against terrorism, Op. cit.

(2)Anna Tiedemann. OP. cit. , p13.

(3)United states information Agency , USIA: A communication. OP. cit. P69.

(*) بل كلنتون : (1946) الرئيس الثاني والاربعين للولايات، مدة رئاسته (1993- 2001) ولد لعائلة فقيرة في هوب، باركينسو تخرج من مدرسة بيل للقانون، انتخب حاكماً للولاية عام 1978، ومثل الحزب الديمقراطي في انتخابات عام 1992 واعد اقتراحات اسماها الميثاق الجديد لحقوق الانسان والديمقراطية والسلم في العالم وعمل على انعاش الاقتصاد الامريكي، انظر: صموئيل كرومبتون. مصدر سابق ، ص157- 160.

(4)Anna Tiedemann. Op. cit. , P13.

ثانياً- اسباب تنامي الحاجة للدبلوماسية الشعبية:

أضحت الدبلوماسية الشعبية عنصراً حيوياً ومهماً في تقدم السياسة الخارجية منذ الحرب العالمية الاولى، وتجلى استخدامها بصورة افضل اثناء الحرب العالمية الثانية حتى شهدت فترة الحرب الباردة ولادة تعريف مصطلح الدبلوماسية الشعبية واستخدامه بشكل واضح .

ولقد اصبح لعدد من الاسباب والتغيرات التي شهدتها العلاقات الدولية في مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية اهمية خاصة في استخدام الدبلوماسية الشعبية ويمكن ايجاز تلك التغييرات بما يلي[1]:

1. التقدم التكنلوجي وثورة الاتصالات:

ثورة الاتصالات التي بدأت بعد وقت قصير من انتهاء الحرب العالمية الثانية جعلت البث المباشر لكافة انواع المعلومات امراً ممكناً ويسيراً الى اقصى بقاع العالم مخترقة الحدود ونافذة الى اقوى قلاع السيطرة الفكرية ، فراديو الترانسستور والتلفزيون الفضائي وشبكات الكومبيوتر والانترنت وتكنلوجيا المعلومات الحديثة مكنت الانسان في كل مكان من الكرة الارضية استقبال المعلومات وارسالها في دقائق، بعد ان كان ذلك يتطلب اياماً واسابيع وقد لاتصل المعلومة في بعض الاحيان، وعن طريق تكنلوجيا المعلومات اصبح بالامكان معرفة ما يحدث في الخارج بصورة يسيرة، ولم يعد ذلك حكراً على الحكومات، بل اصبح بأمكان الجمهور الحصول على المعلومة والتعرف على اساسها في الفترة الزمنية نفسها، لذلك استخدمت وسائل الاعلام الدولية والعابرة للحدود في برامج الدبلوماسية الشعبية .

(1)Public diplomacy : http:// en.wikipedia.org.25.5.2005.

2. تنامي اهمية الرأي العام في العلاقات الدولية:

التأثير عن بعد(*) مكن الجمهور من الحصول على المعلومات التي تؤثر فيه وتعمل بصورة مباشرة على توجيه الرأي العام وتكوين الاتجاهات الفكرية ، وبالتالي اصبح الرأي العام عاملاً مهماً في العلاقات الدولية عن طريق تأثيره على عملية صنع القرار لدى الحكومات المحلية ، وابرز مثال على ذلك اثر البث التلفزيوني اليومي في فيتنام على الرأي العام الامريكي خلال الستينات والسبعينيات من القرن الماضي وكذلك الهجوم الذي قام به الجيش الصيني على الطلاب في ساحة تيان آن من(*).

ان تنامي قوة وسطوة الرأي العام بعد الحرب العالمية الثانية لم يقتصر في اثره على افعال ونشاطات الحكومات الديمقراطية بل تعداه الى الحكومات الدكتاتورية الشمولية ، فهذه الحكومات ايضاً اصبحت تعترف بقوة الراي العام داخل حدودها ، ولذلك بدأت باستخدام واستغلال قوة الرأي العام في تعزيز سياساتها في البلدان الاخرى .

3. ازدياد عدد دول العالم:

ازداد عدد الدول في العالم، إذ ظهرت العديد من الدول التي لم تكن موجودة قبل الحرب العالمية الثانية ، فقد ظهرت للوجود سبع واربعون دولة بين عامي 1948م

(*) وفي هذا الاتجاه يتحدث الرئيس الامريكي الاسبق رديشارد نيكسون عن قوة تأثير الاعلام عن بعد وتوجيه العقول عن طريق السيطرة السياسية المباشرة بقوله " من السمات الاساسية لاسلوبنا في الحياة ايماننا بانه عندما يعمد الحكام الى الاستئثار المنظم بالمعلومات التي هي حق خالص لجمهور الشعب فان افراد الشعب سرعان ما يصبحون في وضع يجهلون معه كل ما يتعلق بشؤونهم الخاصة، كما يفقدون الثقة في هؤلاء.

(*) قامت القوات الصينية، تدعمها الدبابات في الرابع من حزيران/ يونيو سنة 1989 م على قتل المشاركين في تظاهرة تدعو إلى إحلال الديمقراطية ومكافحة الفساد المستشري في المجتمع الصيني. لم تصدر عن السلطات الصينية أية حصيلة رسمية للضحايا لكن المنظّمات الدولية المعنية بالدفاع عن حقوق الإنسان أكّدت أن المجزرة حصدت آلاف الضحايا.

و 1964م، كما شهدت فترة التسعينيات من القرن الماضي تفكك دول الاتحاد السوفيتي السابق وبعض دول الكتلة الشرقية كيوغسلافيا وتشيكوسلوفاكيا، ولكل دولة من هذه الدول التي تنامى عددها منهجا فكريا معينا وسياسة خارجية خاصة بها، كما تتبع منهجا اقتصاديا وتمتلك ثقافة وتاريخا وتراثا يميزها عن الدول الاخرى، فتحاول كل منها ايصال صورتها الى الدول الاخرى كما تحاول الابقاء عليها او تحسينها او تغييرها .

4. تنامي الصراعات الفكرية:

بعد صراعات عسكرية خلال اكثر من اربعين عاما، بدات الدول الديمقراطية بالتنافس بقوة على صعيد الافكار ايضا(*) كما لعب انهيار الاتحاد السوفيتي السابق وكتلته الشرقية دورا في انهيار الفكر الشيوعي الماركسي معه منذرا ببدء مرحلة جديدة من الصراع الفكري الذي تجلى في اوضح صورة فيما اسماه صامؤيل هانغتون (Somaeel Hangton) بصراع الحضارات او صدام الحضارات.

محددات عمل الدبلوماسية الشعبية:

يعاني القائمون على برامج الدبلوماسية الشعبية من مشاكل تحد من النشاطات التي يقومون بها وتعمل ايضاً على التقليل من التأثيرات التي تحدثها وهذه المحددات هي :

1. التنوع الثقافي:

يشكل التنوع الثقافي في العالم احدى اهم المشكلات التي تعانيها برامج الدبلوماسية الشعبية " فالتنوع الثقافي يجعل من العسير على الناس فهم هذا الكم

(*) يقول هانز آن توتش مؤلف كتاب الاتصال بالعالم " نحن في الولايات المتحدة كنا بحاجة الى ان نكون قادرين على نقل افكارنا وقيمنا وثقافتنا ومجتمعنا الى شعوب وثقافات وتقاليد وافكار اخرى كما فعلنا في مهمة الحقيقة للرئيس ترومان " .

الكبير من المعلومات التي يتلقونها من عدد كبير من الجهات، وبالتالي سيكون الجمهور حكماً صائباً حيال كل هذه الافكار المنوعة"(1) كما يشكل التنوع الثقافي في الوقت نفسه عائقاً امام القائمين على برامج الدبلوماسية الشعبية، عندما يحصل اختلاف وتناقضٌ في الافكار والحجج التي يقدمها القائم بالاتصال(*) كما يؤدي التنوع الثقافي الى فهم خاطئ لبعض الافكار التي تتبناها برامج الدبلوماسية الشعبية(**).

2. المشاكل الناجمة عن عدم تنسيق المواقف:

وتنجم هذه المشاكل عن طريق عدم وجود خطاب سياسي واعلامي موحد، فالتصريحات الجانبية التي يدلي بها بعض الشخصيات الرسمية وغير الرسمية كتصريحات اعضاء الكونغرس وكبار المعنيين الامريكين(***) فضلاً عما يدلي به كبار المسؤولين من تصريحات كتصريح الرئيس الامريكي جورج بوش بعد احداث 11 سبتمبر الذي وصف فيه الحرب على الارهاب بانها حرب صليبية

---

(1) Hans N. Tuch Op. cit. p6.

(*) في هذا الاطار تقول شارلوت بيرز وكيلة وزير الخارجية الامريكي لشؤون الدبلوماسية الشعبية ان مهمة اعادة صورة الولايات المتحدة واجب صعب وعسير، فالدول ليست كمعجون الاسنان، انها كيانات معقدة ومتداخلة وابرز مثال على ذلك فان احد الافراد يمكن ان يمدح النظام التعليمي الجيد في امريكا ويشجب في الوقت نفسه سياستها الخارجية. انظر:

Anna Tiedeman. Op. cit , P32

(**) اشار استطلاع للرأي اجراه مركز بيو في عام 2003 ان هناك صورا تستعرض المفاهيم الخاطئة للعالم الاسلامي المتعلقة بالولايات المتحدة الامريكية، انظر:

Hady Amr Op. cit. , P11.

(***) كتصريح احد النواب المحافظين وهو بات روبرتسون (Pat Ropertson) ان الاسلام ليس دين السلام " وهو التصريح الذي احدث استياءً طفيفا داخل الولايات المتحدة ولكنه احدث في العالم الاسلامي ضجة وصلت حد قيام المسلمين في مدينة بومباي الهندية باعمال شغب، وكذلك اراء واقتراحات دانيال بايب (Danial pipss) لمجلس معهد الولايات المتحدة للسلام وهي اقتراحات معادية للدين الاسلامي مما خلق مشاكل في برامج الدبلوماسية الشعبية مع المسلمين في كل انحاء العالم بما فيهم المسلمون في اوربا .

وسرعان ما اعتذر البيت الابيض من هذا التصريح واصفاً هذا المصطلح بانه جاء، عن طريق الخطأ او الترجمة الخاطئة، ولذلك فان جهود الدبلوماسية الشعبية لاتمثل اعطاء معلومات عن الولايات المتحدة فقط بل تتصرف الى شرح وتوضيح مواقف امريكا للعالم(1). ولذلك تحتاج برامج الدبلوماسية الشعبية وجود لجنة عليا تشرف على برامج الدبلوماسية الشعبية كما توحد وتنسق المواقف والخطاب الإعلامي.

3. قلة التمويل :

ان ابرز ما تعانيه برامج الدبلوماسية الشعبية هو قلة التمويل فالدول تصرف على القوة العسكرية مبالغ طائلة لا تمثل ما يصرف على الدبلوماسية الشعبية امامها في بعض الاحيان سوى (1٪) ولعل ابرز ما عاناه برنامج الدبلوماسية الشعبية الامريكية هو قلة التمويل، خاصة بعد اعادة توسيع البرنامج واقتراح انشاء مشاريع جديدة مع الابقاء على التخصيصات المالية نفسها. ولعل المقترح الذي قدم لادارة جورج دبليو بوش عام 2003 بتخفيض المصروفات على الدبلوماسية الشعبية على الرغم من الادراك الكامل بحاجة الولايات المتحدة الى تحسين صورتها في الخارج خير دليل على ذلك(2).

4. عدم وجود كوادر مدربة اكاديمياً في مجال الدبلوماسية الشعبية:

تعاني برامج الدبلوماسية الشعبية من عدم وجود كوادر مدربة على كيفية تنفيذ الدبلوماسية الشعبية بصورة منفردة او كحملة كبرى ، وقد عملت الولايات المتحدة اثناء السنوات الخمس الماضية، أي بعد احداث 11 ايلول سبتمبر على وضع برامج تدريبية ابتدأت بالسفراء الامريكين المتواجدين في الدول العربية والاسلامية . كما اشارت تقارير اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية للسنوات الاربع الماضية

(1)Hady Amr. Op. cit. P12.

(2)Rebert Satloff , " How to win Friends and Influence Arabs Rethinking public diplomacy in the middle east " , the weekly standard, August , 2003 . P24.

الى ضرورة تدريب وتاهيل كوادر مختصة في شؤون الدبلوماسية الشعبية فضلاً عن تدريب كوادر اخرى يكون من صلب مهامها تحقيق اغراض الدبلوماسية الشعبية .

عوامل نجاح الدبلوماسية الشعبية

1. وجود هيكل تنظيمي وتطبيق استراتيجية:

اشارت الانتقادات التي وجهت الى جهود الدبلوماسية الشعبية في مجملها الى عدم تضافر الجهود المبذولة في هذا المجال وفق خطة او مجموعة من الخطط المرتبطة ببعضها او حتى المراحل المحددة الاهداف لكي يتم تقييم تلك المراحل والجهود للوقوف على مدى الاستجابة والتأثيرات المحدثة كما يتم عن طريق وجود ستراتيجية محكمة تتلافى نقاط الضعف اذا ما برزت في مرحلة ما.

وأثار الواقع التنظيمي لأجهزة الدبلوماسية الشعبية جدلاً كبيراً حول الهيكلية التنظيمية العقلانية لوظائف الدبلوماسية الشعبية ومشاركتها داخل الدولة ووكالاتها الفرعية والوكالات الأخرى التابعة لها[1]. ولعل وضع هيكل تنظيمي لمؤسسات الدبلوماسية الشعبية والمؤسسة المرتبطة بها من المؤسسات التي تقوم بالبحوث وتقديم المقترحات والمشورة يكون عاملاً مهماً من عوامل نجاح الدبلوماسية الشعبية وعدم تشتيت جهودها ومن بين اهم النقاط التي اشرت وجود خلل وارباك في جهود الدبلوماسية الشعبية وعدم انتهاجها ستراتيجية محددة مرسومة ووجود هيكل تنظيمي لها ولذلك طرحت في السنوات السابقة ثلاثة مقترحات او طرازات لهيكلية الدبلوماسية الشعبية لم يتم حسم امرها حتى الآن(*).

(1)Hady Amr,. op. cit. p.26.

(*) للتعرف على تلك المقترحات الثلاث انظر. I bid, pp. 26-28

ومن اجل انجاح الدبلوماسية الشعبية لابد من وجود هيكل تنظيمي لمؤسسات الدبلوماسية الشعبية فضلاً عن ستراتيجية معينة موضوعة على اساس علمية وأكاديمية.

2. وجود التمويل الكافي:

يعد التمويل من اهم متطلبات نجاح نشاطات الدبلوماسية الشعبية فتحديث التمويل اللازم لبرنامج الدبلوماسية الشعبية يؤثر ويسهم في نجاح او فشل تلك الجهود. وقد اشرت المدة التي تلت انتهاء الحرب الباردة انخفاض التمويل اللازم لبرنامج الدبلوماسية الشعبية الامريكمية الامر الذي تطلب تخفيض وتقليص عدد البرامج او تحديدها وبالتالي، ادى الى تدني في مستوى جهود الدبلوماسية الشعبية، كما ان المدة التي تلت احداث 11 ايلول/ سبتمبر 2001 والتي يشار الى انها مدة اعادة تنشيط الدبلوماسية الشعبية لأتشكل نسبة التنامي في تخصيصات الدبلوماسية الشعبية المستوى المطلوب من الانفاق(*).

3. وجود كوادر ومؤسسات تختص بالدبلوماسية الشعبية:

يتطلب نجاح الجهود المبذولة في الدبلوماسية الشعبية وجود مؤسسات تختص بالدبلوماسية الشعبية ذات تنظيم هرمي، ليتسنى للقائمين على برامج الدبلوماسية الشعبية وضع الخطط وإعطاء التوجيهات الخاصة بتلك البرامج كما أن تدريب كوادر مختصصة بالدبلوماسية الشعبية أمر يتطلبه العمل في تلك المؤسسات والأخرى التابعة لها.

(*) ازداد تمويل جنوب اسيا من 24 مليون دولار الى 39 مليون دولار عام 2003، والمبلغ الـ39 مليون دولار هذا يعد مبلغاً صغيراً اذ ما قورن بمصروفات الولايات المتحدة على وزارة الدفاع فهذا المبلغ تنفقه وزارة الدفاع خلال 40 دقيقة انظر:-

Government Accounting office (GAO) "public diplomacy: state department Exports Efforts but foces significant challenges", op. cit., p6.

وهو أمر ضروري للوقوف عل صناعة القرار في تلك المؤسسات أيضا ، فجهاز الدبلوماسية الشعبية لا يفتقر لمصادر التمويل فقط، وإنما يفتقر إلى إدارة إستراتيجية فعالة ، وخصوصاً تجاه العالم الإسلامي[1].

(1)Hady Amr. Op. cit., p5.

المبحث الثالث

الدبلوماسية الشعبية الأمريكية بعد أحداث 11أيلول/سبتمبر 2001م

اولاً- انعكاس احداث 11 ايلول/سبتمبر2001م على السياسة الامريكية حيال العالمين العربي والاسلامي

انعكست هجمات الحادي عشر من أيلول/ سبتمبر من عام(*) 2001، اذ ضربت مدينتا نيويورك وواشنطن بواسطة طائرات مدنية استخدمت في عمليات انتحارية اصابت برجي التجارة العالمي والبنتاغون، انعكست في سياسة الولايات المتحدة تجاه العالمين العربي والإسلامي عن طريق ما يأتي:

1. عدت هذه الإحداث المحفز الرئيس لاستراتيجية أمريكية جديدة حيال العالمين العربي والإسلامي، حيث عادت الولايات المتحدة إلى استخدام القوة والردع في سياستها الخارجية تجاه دول العالمين العربي والإسلامي، ومع أن هذه القوة تميزت بالانتقائية إلا أنها تؤشر استخدام القوة بعد ذلك التاريخ، ولا يخفى استخدام الولايات المتحدة لتلك الأحداث كمبرر حقيقي لشن تلك الحروب أو استخدام القوة حيال دول معينة في العالمين العربي والاسلامي.

(*) يبتعد الباحث عن الخوض في ملابسات ما جرى في 11ايلول/ سبتمبر والجهات التي قامت بتلك الأعمال، ومن المتضرر من الحادث وهل اثبت وجود كراهية لامريكا ام لا لدى الشعوب العربية والاسلامية، ومع ذلك يعد الباحث تلك الأحداث نقطة تحول في السياسة الأمريكية الخارجية واستخدامها للدبلوماسية الشعبية كستراتيجية دعائية تجاه هذين العالمين بصورة خاصة والعالم الخارجي بصورة عامة.

2. لقد حفزت تلك الأحداث الولايات المتحدة على محاولة صياغة مبدأ الدمج ومواجهة عالم ما بعد الحرب الباردة، فقد ألقى ريتشارد هاس، مدير مكتب التخطيط السياسي في وزارة الخارجية الأمريكية خطاباً في نيسان من عام 2002 أشار فيه إلى أن حقبة ما بعد الحرب الباردة شكلت تحدياً جديداً، فلم تعد (وحسب هاس) استراتيجية الدفاع والاحتواء والردع كافية بعد ألان، بل لابد من الخوض في مبدأ "الادماج"[1]، فالهدف الأساسي للسياسة الخارجية الأمريكية في القرن الحادي والعشرين هو ادماج منظمات وبلدان أخرى في الترتيبات التي تدعم وتحقيق المصالح والقيم الأمريكية.[2]

ولذلك بدأت الولايات المتحدة بوضع ترتيبات معينة مع البلدان الأخرى في حربها ضد الإرهاب.

3. حفزت أحداث 11/ أيلول الولايات المتحدة الأمريكية على اجراء تعديل على سياستها حيال بعض القضايا والدول، واستخدام هذا التعديل لإغراض دعائية ليس ألا، فالمطالب الأمريكية بتكوين دولة فلسطينية والذي يعتبر تحولاً مهماً في سياسة الولايات المتحدة الثابته إزاء القضية الفلسطينية لا يمحو سياسات الولايات المتحدة إزاء إسرائيل.

4. انعكست تلك الأحداث على سياسة الولايات المتحدة تجاه الشعوب العربية والإسلامية، عن طريق توسيع برنامج الدبلوماسية الشعبية وتفعيله لكسب عقول وقلوب الجماهير العربية والإسلامية.

---

(1) أحمد بيضون، وآخرون، العرب والعالم بعد 11 أيلول/ سبتمبر، حلقة نقاشية، ط 2، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2004، ص45.

(2) سوسن إسماعيل العساف وإيناس عبد السادة، الثوابت والمتغيرات في السياسة الخارجية الامريكية، امريكا في مواجهة العالم، سلسلة دراسات مترجمة، بغداد، جامعة بغداد، مركز الدراسات الدولية، العدد 25، 2003، ص 33- 34.

ثانياً– نشاط الدبلوماسية الشعبية الأمريكية بعد 11 أيلول/ سبتمبر:

بعد الأحداث التي شهدتها الولايات المتحدة الأمريكية في الحادي عشر من أيلول/سبتمبر عام 2001م ، وما رافق وأعقب تلك الأحداث من تساؤلات(*) عن سبب كراهية الشعوب العربية والإسلامية للولايات المتحدة، تبنى عضوا الكونغرس جيمس لا تشوس و هنري هايد القانون رقم (3969) المعروف باسم "قانون تعزيز الحرية لعام 2002م". فقد طالبا وزير الخارجية الأمريكي "بجعل الدبلوماسية الشعبية جزءاً لا يتجزء من تخطيط وتفسير السياسة الخارجية الأمريكية"، وبضرورة تأسيس "برامج دعائية وإعلامية متفوقة مع القدرة على نشرها وتوزيعها بمختلف الوسائل بما في ذلك القنوات الفضائية، الانترنت، وغير ذلك من الوسائل، إذ تتضمن تلك البرامج القدرة على تحويل وإنتاج التسجيلات الصوتية، والفيديو ونشرات الانترنت وبثها إلى وكالات الإنباء الأجنبية"، فضلاً عن تبني دعم اتفاقيات التبادل الثقافي وبرامج تدريب الصحفيين الأجانب، وقد خصص القانون مبلغ 135 مليون دولار لبث برامج تلفزيونية تدعم أمريكا وتكون موجهة للشرق الأوسط.(1)

وعن حاجة الولايات المتحدة الأمريكية لجهود الدبلوماسية الشعبية بعد إحداث 11ايلول/ سبتمبر قال الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش في احد خطاباته

(*) لماذا يكرهوننا؟ عبارة قالها الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش عقب أحداث 11 أيلول/ سبتمبر، كما نشرت مجلة (Christian seince monitor) عبارة لماذا يكرهوننا على غلاف المجلة بعد اسبوعين من الهجمات. أنظر:

George W. Bush, "Address to a Joint Session of Congress and the American People". united states capitol A dress, 20 September 2001. http://www.Whitehouse.gov/news/releases/2001/04/2001oa20-8-1-htm.6.5. 2005

(1) هيلدون رامبتون وجون سستوبر، اسلحة الخداع الشامل: استخدام الدعاية في حرب بوش على العراق، ترجمة مركز التعريب والبرمجة، الأمارات العربية المتحدة، الدار العربية للعلوم، 2004، ص15- 16.

التي ألقاها بعد الهجمات على واشنطن ونيويورك "نحن نحتاج إلى مؤسسات دبلوماسية تستطيع الوصول إلى الآخرين بالخارج كما نحتاج إلى العديد من وسائل المعلومات تقترب من الشعوب الأخرى وتساعد الأفراد في كل العالم أن يعلموا أشياء عنا وهذا هو كفاح أو صراع الأفكار الذي يجب على أمريكا جدولته أو تنظيمه حيث أن صراع الأفكار ووسائل التقرب عند الرأي العام أمر ضروري"[(1)].

وبذلك تعد إحداث الحادي عشر من أيلول/ سبتمبر عام 2001 نقطة التحول الرئيسية في إعادة تنشيط واستخدام الدبلوماسية الشعبية الأمريكية، فبعد عقد من الزمن على تفكك الاتحاد السوفيتي السابق وانتهاء الحرب الباردة بين القطبين آنذاك، أعادت الولايات المتحدة تفعيل برنامج الدبلوماسية الشعبية بعد ان شهد هذا البرنامج فتوراً أو تناقصاً بالاهتمام من حيث التمويل وإدامة البرنامج. وقد أشرت هذه الأحداث لدى الحكومة الأمريكية وجمهورها ووسائل أعلامها، دعم المجتمعات المسلمة لأسامة بن لأدن وكثافة التحريض المعادي للأمريكان في الشرق الأوسط وجنوب أسيا.[(2)] حتى وصفها مات لسنهوب[(*)] بشيوع مشاعر الكراهيه[(**)]

---

(1) George w. Bush, "the ivational security strategy of the united states", 2002. p 34.

(2) Richard C. Halbrook, counciloon Foreign Relation: summer 2002. http: //www.meforam.org/ article/ 495.7.11.2005

(*) مات لسنهوب من العاملين في الدبلوماسية الشعبية، ارسل منذ عام 1990 الى الرياض والكويت ومسقط والرباط وهو يعمل حالياً في دائرة شؤون الشرق الادنى للصحافة والدبلوماسية الشعبية.

(**) تعترف الولايات المتحدة الأمريكية بكراهية الشعوب العربية والإسلامية لها ولكنها لم تفصح عن أسباب الكراهية، وقد كشفت التقارير الاستراتيجية التي نشرت خلال الأعوام التي تلت أحداث 11 أيلول، أن سياسة الولايات المتحدة الأمريكية تجاه فلسطين وكذلك الحرب على العراق وافغاستان تشكل مصدر لكراهيتها في العالمين العربي والإسلامي، ومن أهم هذه التقارير، التقرير الذي أعده مجموعة من السياسيين والباحثين الأمريكيين بقيادة السفير الأمريكي السابق ادوارد دجيرجيان الذي قدم مجموعة من التوصيات والأفكار للإدارة الأمريكية تتمكن من خلالها العمل دون الحاجة الى تغير السياسات والمواقف، وقد جاء في الملخص التنفيذي للتقرير الذي أعدته لجنة تشيني كما سميت ما نصه (أوضحت الدراسات المسحية إن معظم مشاعر الأستياء ضد أمريكا تنبثق منها صرا عات حقيقية وعدم رضا من السياسات الأمريكية خاصة ما يتصل بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي والعراق).

أوالمشاعرالمضادة لأمريكا[1]. التي عكستها سياسة أمريكا الخارجية في الشرق الأوسط[2].

ولعل أهم العوامل أو السياسات التي أدت إلى هذه الكراهية هي:

1. سياسة الولايات المتحدة تجاه القضية الفلسطينية "يقول ماك اندرو في شهادته أمام لجنة العلاقات الخارجية التابعة لمجلس الشيوخ أن أغلبية البلدان الإسلامية أخبرتنا بان الدعم الأمريكي لإسرائيل هو السبب الأكبر لكراهية أمريكا لدى تلك الشعوب".

   وتشكل القضية الفلسطينية جوهر الخلاف بين الولايات المتحدة الأمريكية والعالمين العربي والإسلامي، فالشعوب العربية والإسلامية تعتقد أن (دولة إسرائيل) لم تظهر على الوجود وتستمر لولا دعم الولايات المتحدة لها، وبذلك كان الاعتقاد السائد لدى تلك الشعوب هو مساعدة إسرائيل من جانب وخذل الشعب الفلسطيني من جانب أخر.

2. عدم احترام الغرب للقيم والمقدسات الإسلامية

   ساد الاعتقاد لدى الشعوب العربية والإسلامية بعدم احترام الولايات المتحدة الأمريكية للقيم الإسلامية ومؤسساتها، لذلك حرصت الدبلوماسية الشعبية الأمريكية على أظهار رعايتها للمسلمين في أمريكا كجزء من احترامها للقيم والمؤسسات الأمريكية، فقد سارع الرئيس الأمريكي جورج بوش لزيارة مساجد المسلمين في الولايات المتحدة بعد الاعتداءات التي شهدتها تلك المساجد بعد أحداث 11 أيلول/ سبتمبر.

3. عداء الولايات المتحدة للعديد من حركات التحرر في البلدان العربية والإسلامية.

---

(1) Matt Lussenhop, Creativiteand patience: public diplomacy past Sept. 11, Foreign service journal, April, 2002, p24.

(2)American Public diplomacy in the Islamic world Remarks of Andrew Kohat. Op. cit.

4. دعم الولايات المتحدة المستمر والواضح للأنظمة الدكتاتورية في العالمين العربي والإسلامي.
5. سيطرة الولايات المتحدة على ثروات البلدان العربية والإسلامية بشكل مباشر أو غير مباشر.
6. اتجاه الدعاية الأمريكية إلى أعطاء صورة نمطية سلبية تدل على أن المسلمين إرهابيون وخارجون عن القانون.
7. حروب الولايات المتحدة في العالمين العربي والإسلامي وخاصة في العراق وأفغانستان(*).

وقد ارتبطت مهام وجهود الدبلوماسية الشعبية الأمريكية بعد الحادي عشر من أيلول/ سبتمبر بأستراتيجية الدبلوماسية الجديدة التي حددت ملامحها وزيرة الخارجية الأمريكية كوندوليزا رايس بما يأتي[1].

1. توحيد المجتمعات الديمقراطية في أقامة نظام دولي يرتكز إلى القيم الأمريكية وحكم القانون.
2. تعزيز قوة مجتمع الديمقراطيات ليحارب التهديدات التي تواجه الأمن المشترك ليخفف من اليأس الذي يغذي الإرهاب.

(*) على الرغم من إسناد تدني شعبية الولايات المتحدة الأمريكية بين الشعوب العربية إلى سياستها الخارجية كما تعتقد غالبية الشعوب العربية وخصوصاً ما يتعلق بموقفها من الصراع العربي الإسرائيلي، وقضية احتلال العراق، فضلاً عن دعمها المستمر للأنظمة العربية الدكتاتورية، ألا أن إدارة الرئيس بوش ترى أن العداء للولايات المتحدة هو نتيجة للقمع الداخلي وغياب الحرية والديمقراطية، وتؤكد أيضا أن التطرف والإرهاب مصدرها الفقر والحاجة، وان تحسين الظروف الاقتصادية مرتبط بشكل ما بتحسن المناخ الديمقراطي، انظر: برامج الدبلوماسية الشعبية الأمريكية..بين نجاح وفشل، تقرير واشنطن، العدد 23، ابريل نيسان 2005.
http://www.usinfo.state.gov.29. 7. 2005

(1) حددت كوندوليزا رايس تلك الملامح الثلاث عندما كانت مرشحة لتولي وزارة الخارجية حيث تكلمت في هذه النقاط الثلاث أمام لجنة العلاقات الخارجية في مجلس الشيوخ بتاريخ 18/ كانون الثاني يناير عام 2005 انظر نشرة واشنطن، 19/كانون الثاني 2005
http: // www. State. Gov.

3. نشر الحرية والديمقراطية في جميع أنحاء العالم.

اللجنة التي شكلتها الإدارة الأمريكية بعد إحداث 11 أيلول/ سبتمبر عام 2001 لجنة سميت ب(لجنة تشيني) التي تضم في عضويتها (15) عضواً من كبار الخبراء والمعنيين والمهتمين بشؤون الشرق الأوسط من اجل الاستماع إلى مختلف الآراء ووجهات النظر الإسلامية والعربية حول أفضل الوسائل المتاحة لتحسين وتقريب المواقف بين الولايات المتحدة الأمريكية من جهة والدول العربية والإسلامية من جهة أخرى خرجت بنقطتي ضعف رئيسيتين في الدبلوماسية الشعبية هما:-

1. برهنت أجهزة الدبلوماسية الشعبية على أنها غير ملائمة وخاصة تجاه العالمين العربي والإسلامي.
2. تفتقد المنظومة القديمة إلى التوجه الاستراتيجي والموارد الكافية.

وعلى هذا الأساس دعت اللجنة إلى :-

1. ضرورة الاضطلاع بجهود طويلة الأمد لمواجهة قوى التطرف، سواء العلمانية والدينية.
2. ضرورة التحول الجذري في الدبلوماسية الشعبية بطريقة تمكن الولايات المتحدة من إيصال قيمها وسياساتها لتعزيز أمنها القومي.
3. ضرورة وضع نهاية فورية للنقص العبثي والخطير في اعتمادات الدبلوماسية الشعبية وكذلك الامكانات البشرية المناسبة.
4. أن الدبلوماسية الشعبية تتطلب توجهاً استراتيجياً جديداً يتسم بالجدية والالتزام بما يتناسب وثقل أو وزن مسالة الدفاع القومي والدبلوماسية الرسمية التقليدية.

وأكد تقرير ادوارد جيرجيان أن مشكلة العداء للولايات المتحدة يمكن حلها عن طريق حملة دبلوماسية شعبية قائمة على الأعلام والعلاقات العامة، تبرر موقف الولايات المتحدة وسياستها إزاء العديد من القضايا، لإمكانية تحرر تلك السياسات دون تغيرها، وقد أوضح التقرير عدة اقتراحات تصب في مجال الدبلوماسية الشعبية

وليس في تغير السياسات الأمريكية أو أعادة تصميمها بما يناسب العرب والمسلمين وقد اقترح التقرير القيام بمجموعة من الخطوات تشمل[1]:

- أنشاء مكتب في البيت الأبيض للتوجيه الاستراتيجي للعلاقات العامة، ويكون دعم هذا المكتب بالتمويل اللازم لتوظيف ثلاث مائة موظف ممن يتقنون اللغة العربية، ويكون بعضهم قادراً على التحدث والحوار باللغة العربية في الندوات والمقابلات.
- توفير المنح للطلاب العرب لدراسة اللغة العربية و الإنكليزية في الولايات المتحدة.
- ترجمة ألاف الكتب الأمريكية وتوفيرها للمكتبات ومراكز الدراسة.
- تأسيس برنامج للدراسات الأمريكية.
- تقويم وإعادة مراجعة البرامج والمؤسسات القائمة.
- القيام بإعمال مشتركة بين الوكالات الأمريكية للتنمية الدولية ووزا الدفاع.
- مراجعة البرامج القائمة مثل راديوسوا[*]
- أنشاء هيئة جديدة لدراسة المجتمعات العربية والإسلامية
- تطوير الحوارات الفكرية والحوار بين الأديان.
- الأشراف على البث العالمي الموجهة للعرب والمسلمين.

كما قدم التقرير مجموعة من السياسات والمواقف والقضايا التي تحتاج الى تقديم رسالة مقنعة بخصوصها من قبل الإدارة الأمريكية لكي يجتذب عن طريقها التأييد وهذه القضايا[2]:

---

(1) Edward P. Djerejion, changing Minds winning peace: a new strategic direction for U.S public diplomacy in the Arab and Muslim world, report of the advisory group on public diplomacy for the Arab and the Muslim world, 2003,p8- 10.

(*) لم تكن قناة الحرة قد فتحت عند صدور هذا التقرير ولذلك لم يرد عنها شي في التوصيات.

(2) I bid. P32.

1. القضية الفلسطينية والصراع العربي الإسرائيلي.
2. التسوية السلمية للنزاعات في فلسطين وكشمير والصحراء الغربية.
3. السلام في افغانستان والعراق.
4. التعاون الأمني الإقليمي.
5. نظم السياحة والاقتصاد والاستثمار.
6. النظم التعليمية القائمة على المشاركة.
7. الصحافة الحرة.
8. المشاركة الكاملة للنساء والأقليات.

وطالب مات لسنهوب ببذل جهود الدبلوماسية الشعبية في الحرب على الإرهاب عن طريق حملة ثابتة وبطيئة[1] كما عدَّ إرسال شبكة تلفزيونية ناطقة بالعربية وموجهة للمشاهد العربي أحدى الطرق الفعالة في إيصال وجهة النظر الأمريكية.

ومن الطبيعي فأن الولايات المتحدة لن تتراجع عن سياساتها لأنها تعبر عن رؤيتها لقيمها ولمصالحها القومية ولذلك جرى الحديث عن أسباب الكراهية بمعزل عن مناقشة السياسات الأمريكية التي اعتبرت ثابتة وغير خاضعة للمناقشة.

وقد حددت التقارير التي تبنتها اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية على مدى السنوات الأربع الماضية مشكلتين اساسيتين هما[2]:

اولاً: وجود تشويه لصورة الولايات المتحدة الأمريكية.

ثانياً: أن هناك تقصيراً في نقل صورتها الواقعية وشرح سياستها إلى العالم العربي والإسلامي بشكل خاص والعالم بشكل عام.

---

(1) Matt Lussenhop. Op.cit., p30.

(2) قناة الجزيرة الفضائية، برنامج من داخل امريكا، عنوان الحلقة صورة امريكا في العالمين العربي والاسلامي، انصات شخصي، 2005/12/19م وقد أستضاف البرنامج كارين هيوز وكيل وزارة الخارجية الامريكية لشؤون الدبلوماسية الشعبية.

ولذلك عمدت الاستراتيجية الامريكية للدبلوماسية الشعبية على استحداث قنوات اعلامية وبرامج ثقافية للحد من التشويه الذي تمارسه بعض القنوات الفضائية العربية ازاء الولايات المتحدة. كما اشتملت الاستراتيجية على تكثيف الجهود واعادة بعض البرامج وتأمين تمويلها للحد من التقصير الذي اشارت التقارير الى وجوده في مجال الدبلوماسية الشعبية وخصوصاً النفور الذي واجهته تلك النشاطات بعد انتهاء الحرب الباردة وتفكك الكتلة الشرقية.

ثالثاً- أهم التطورات والبرامج التي شهدتها الدبلوماسية الشعبية الامريكية بعد احداث 11 ايلول/ سبتمبر:

بعد الحادي عشر من ايلول سبتمبر عزمت وكيلة وزارة الخارجية للدبلوماسية الشعبية شارلوت بيرز(*) على وضع سياسات جديدة سيسمح فيها للدبلوماسية الشعبية بالتحرك السريع.

وكانت بيرز مسؤولة عن العديد من الحملات التي ضمت في مضامينها ما ورد في قانون تعزيز الحريه وكانت المهمة الأولى إيصال رسائل توحي بأن الهجمات الإرهابية تستهدف كل العالم وليس الولايات المتحدة فقط، وقد أصدرت بيرز كتاباً عنوانه "شبكه الإرهاب" يحتوي على صور الإحداث 11 أيلول/ سبتمبر كما يحتوي على تعليقات ووثائق سلبية عن القاعدة وطالبان.(1) وقد تم اصدار الكتاب الذي احتوى أيضاً على مخطط لشبكة تنظيم القاعدة في العالم، بست وثلاثين لغة، وكان الكتاب الوثيقة الاوسع انتشاراً في العالم.(2)

(*) وكيلة وزارة الخارجية لشؤون الدبلوماسية الشعبية، تسلمت مهام عملها قبل احداث 11 ايلول سبتمبر 2001م . وقد لاقت خطواتها انتقادات كبيرة واستياء لدى المسؤولين الامريكيين حيث تم استبدالها سنة 2004 بمارغريت تات وايلر .

(1)Anna Tiedemann, op. cit., p.22.

(2) Ibid.

وفي عام 2002 كشفت بيرز النقاب عن برنامج تلفزيوني بعنوان "القيم المشتركة"(**) وهو عبارة عن حملة تستهدف ايصال الرسالة الثانية وهي ان الحرب على الارهاب ليست حرباً على الاسلام وقد كلف مشروع "القيم المشتركة" مبلغ 15 مليون دولار، وقد اظهرت (حملة الحقيقة) الامريكان المسلمين وهم يمارسون حياتهم اليومية واعمالهم المختلفة وقد تكلم اكثر من شارك في البرنامج بشكل ديني بحت(**❖).

كما اصدرت بيرز كتيب "حياة المسلمين في امريكا" ويهدف هذا الكتاب الى اظهار حقيقة للعالم وهي ان حياة المسلمين في امريكا طبيعية ويمارسون طقوسهم الدينية كما يريدون كما يشير الكتيب الى ان الحرية الدينية في امريكا امر مرحب به، وقد تضمن الكتيب صوراً لمسلمين امريكين وهم يمارسون حياتهم اليومية... وكانت بيرز تأمل من هذه الحملة التعريف بأن المسلمات في امريكا يمكنهن ارتداء الحجاب وممارسة الطقوس الدينية بنفس الحرية التي يتمتعن بها في البلاد الإسلامية.[1]

وقد اهتمت شارلوت بيرز بمشاريع اخرى اهمها.[2]

1. تحويل القسم العربي في صوت امريكا الى اذاعة سوا، كأذاعة مستقلة عن صوت امريكا تبث للجمهور العربي.
2. اعادة الاهتمام بالزوايا الامريكية (American corners) وهي عبارة عن مكتبات ومراكز ثقافية وارشيفية توجد داخل السفارات الامريكية، الغرض منها تعزيز ورعاية نشر الثقافة والحياة الامريكية بين الناس وجعلهم

(**) رفضت العديد من الدول في الشرق الاوسط بث ذلك البرنامج من خلال وسائل اعلامها المحلية.

(**❖) على سبيل المثال اظهرت احدى اللقطات مسلماً امريكياً يقول "أن كل جيراني غير المسلمين يهتمون بالقيم الأسرية تماماً كما نفعل نحن المسلمون ولم يظهر أي من جيراني مشاعر مجحفة تجاهنا بعد احداث 11 ايلول".

(1) Muslim life in America "office of international programs. http:// USINFO. State. Gov/ products/ pubs/ Muslim life

(2) Anna Tiedeman. Op. cit. P23-24.

يفهمون المجتمع الامريكي وقد تم تفعيل (150) زاوية امريكية خلال مدة شارلوت بيرز.

3. تشجيع وتطوير برنامج الغرفة الامريكية وهي غرفة متعددة الوسائل والوسائط تستخدم لمخاطبة الفتيان من 16- 25 سنة.

4. التخطيط لبرامج طويلة الأمد ومنها برنامج الشراكة في التعليم وبرنامج التبادل ألشبابي بواسطة دعم أولي لهذين البرنامجين يقدر بحوالي (21) مليون دولار.. وقد وجهت هذه البرنامج طويلة الامد الى الشباب في العالم الإسلامي من الذكور والإناث لمن لا يتحدثون اللغة الإنكليزية وقد أعلن عن البرنامجين من شبكه الانترنت.

كارين هيوز وكيلة وزارة الخارجية للدبلوماسية الشعبية التي تسلمت مهام عملها بداية سنة 2005حددت اربعة أهداف رئيسة تتضمنها الستراتيجية الجديدة للدبلوماسية الشعبية، وهذه الاهداف هي[1]:

اولاً: يتعين أن تواصل الولايات المتحدة تقديم رؤيتنا الإيجابية عن الفرص المتأصلة في قيمنا، في إيماننا بالحرية والتزامنا بحقوق الإنسان وإيماننا بأهمية كل شخص في العالم وكرامته ومساواته وقيمه.

ثانياً: يجب أن تعمل الولايات المتحدة مع الحلفاء والأصدقاء على عزل وتهميش المتطرفين الذين يستخدمون العنف والذين تقف إيديولوجية العنف والطغيان التي يعتنقونها "في موقف متناقض مع رؤيتنا، التي تؤيد التعليم والانفتاح والتسامح والشمولية.

ثالثاً: يتعين على الولايات المتحدة أن تشجع إدراك وجود "مصالح مشتركة وقيم مشتركة بين الأميركيين وشعوب الدول المختلفة والثقافات والأديان في مختلف أنحاء العالم.

(1) لقاء اجراه راديوا اوربا الحرة مع وكيلة وزارة الخارجية الامريكية كارين هيوز في 11/حزيران/2006 انظر:

http://www.rferl.org/featuresarticle/22.1.2006 .

رابعاً: تقديم صورة أكثر دقة للعالم عن حياة المسلمين الأميركيين[1].

وأضافت هيوز أن الدبلوماسية الشعبية الأميركية أصبحت تؤكد الآن إلى حد أكبر على الانخراط في "حديث مع العالم" بدل مجرد تأكيد وجهة نظر الولايات المتحدة أو موقفها السياسي[2].

وعن الديمقراطية تقول كارين هيوز إن التزام الولايات المتحدة بالديمقراطية والحرية في العالم في صميم جهود الدبلوماسية العامة الأميركية. وأضافت أن الرئيس بوش أدرك، منذ هجمات 11 أيلول/سبتمبر، 2001، أن الديمقراطية ليست مبدأ أساسياً فقط، وإنما هي أيضاً مسألة أمن قومي في المناطق التي يمكن فيها لانعدام الحرية أن يولد العنف والإرهاب اللذان يؤثران على جميع بلدان العالم"[3].

رابعا - مستويات الدبلوماسية الشعبية:

لا يمكن للدبلوماسية الشعبية أن تكون عملية ذات بعد واحد، فلتحقيق اهداف الدبلوماسية الشعبية يحتاج العمل بها كستراتيجية الى ثلاثة ابعاد تأخذ طريقة العمل المتكامل والتأثير المتراكم، وهذه الأبعاد كما قسمها جوزيف ناي[4] (Josef Ney) هي: الاتصال اليومي (أي الاتصال قصير المدى) والاتصال

---

(1) أشارت هيوز إلى أن الناس في مختلف أنحاء العالم لا يدركون في الكثير من الأحيان أن الأميركيين يعتبرون الدين والعائلة من أهم قيمهم. ونتيجة لذلك، تجدّ الولايات المتحدة في العمل حالياً على تشجيع حوار الأديان الذي يثبت أن لدى جميع الأديان إيماناً مشتركاً بحرمة وقدسية حياة البشر. وقالت إن هذا يتناقض تماماً مع الإرهابيين الذين استهدفوا الأبرياء وارتكبوا جرائم مروعة ضد مدنيين أبرياء في مختلف أنحاء العالم : انظر

http://www.rferl.org/featuresarticle/22.1.2006 - Op.cit.

(2) http://usinfo.state.gov/ar/society_culture_and_values/islam_in_america.html

(3) Ibid.

(4) Joseph Ney , soft power : New York , public Affairs .2004 .P14.

الستراتيجي (الاتصال طويل المدى) فضلاً عن بناء وتطوير علاقات بعيدة المدى، والجدول[1] (2.2) يوضح الأبعاد الثلاثة للدبلوماسية الشعبية وصنوفاً ثلاثة لها. ويظهر دور وسائل الاعلام في المستويين الاولين، فوسائل الاعلام تعمل على احداث تاثيرات غير مباشرة ومقنعة لتحقيق نقطة تحول في اتجاهات الجماهير نحو الهدف الذي تسعى اليه فضلا عن تاثيراتها على المدى القريب، عن طريق تفسيراتها للاحداث الجارية بواسطة الاخبار والمعلومات التي تقدمها[2].

الجدول (2.2) يمثل الأبعاد الثلاثة للدبلوماسية الشعبية والإغراض أو الموضوعات التي تغطيها(*)

المستوى او البعد الغرض	رد فعلي اتصال قصير المدى (ساعات وايام)	رد فعل مساند (اتصال طويل المدى) (اسابيع وشهور)	بناء علاقات طويلة المدى (سنوات)
سياسي عسكري اقتصادي اجتماعي ثقافي رياضي فني علوم وتكنلوجيا	الأخبار والاتصال اليومي	مجموع الرسائل قصيرة المدى (أثر تراكمي)	العلاقات الثقافية والزمالات

---

(1) Mark Lionard , Op. Cit. P 10.

(2) صادق الاسود، علم الاجتماع السياسي اسسه وابعاده ، بغداد ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 1990 ، ص585.

(*) اضاف الباحث على الجدول ثلاثة اغراض او مجالات هي المجال الرياضي والمجال الفني فضلاً عن مجال العلوم والتكنلوجيا حيث تستخدم هذه المجالات ايضاً في تحسين صورة أي بلد وتستخدمها الولايات المتحدة في دبلوماسيتها الشعبية.

وتختلف مجالات الدبلوماسية الشعبية الموضحة في الجدول السابق كل عن الاخرى من حيث ثقلها والفترة الزمنية في تأثيرها فضلاً عن أدوات تنفيذها وبالتالي تختلف من ناحية اهتمام الجمهور بها ، كما انها تعمل وفق بعد زمني يختلف بأختلاف اولويات الجمهور(**) ، فالأخبار التي تأتي كرد فعل غير مباشر تستغرق ساعات وايام اما الاتصالات الاستباقية والوقائية ونشاطات التأثير على الادراك فتحتاج الى تخطيط قد يأخذ اسابيع او شهورا ، فيما يحتاج بناء علاقات طويلة الامد الى سنوات عديدة قبل ان تؤتي العملية تأثيرها[1].

اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية وفي تقريرها السنوي لعام 2004 اشارت الى ثلاثة مستويات للدبلوماسية الشعبية ايضاً اولها الاتصال قصير المدى وثانيها الاتصال طويل المدى اما الثالث فهو بناء علاقات طويلة الامد فالاتصالات القصيرة مثلاً تتعلق بمظاهر الشؤون العامة للدبلوماسية الشعبية اما الاتصالات الطويلة فهي تتعلق بأختبار فعاليات بناء العلاقات للدبلوماسية الشعبية والتي تحتاج لسنين عديدة عند تطويرها مثل المشاريع والمبادرات الثقافية والتعليمية بينما تعمل الاذاعة على اختيارالتحديات التي تواجه الحكومة[2] .

المستوى الاول: الاتصال قصير المدى

وهذا المستوى سماه مارك ليوناردو بأدارة الاخبار او الاتصال ذات المواضيع اليومية ، عن طريق عكس الحاجة المتزايدة للتنسيق ما بين الاتصالات والدبلوماسية

(**) على سبيل المثال في دولة مثل سنغافورة تكون الرسائل الاقتصادية مهمة للغاية اما في باكستان فالرسائل السياسية تكون هي الاهم من غيرها وفي زيمبابوي تكون الرسائل التي تدور حول التنوع البريطاني فاعلة ومؤثرة كأداة لتنفيذ المزاعم والادعاءات القائلة بأن الامبريالية عنصرية، كماتستطيع احداث مهمة وخطيرة مثل احداث 11 ايلول ان تغير الاولويات لمواضيع معينة وتضع محاور معينة في قمة اجندة جميع الدول كمحور عسكري / سياسي.

(1) Ibid . p. 11

(2) United states Advisory Commission on public diplomacy, report, 2004, p3.

التقليدية[*]، أي نشر اخبار الدبلوماسية التقليدية للبلد عن طريق وسائل الاعلام المختلفة وبشكل يومي[1]. تؤكد الدراسات بأن ثقافة الفرد السياسية واطلاعه على ما يستجد من أراء تتعلق بالقضايا السياسية على الصعيدين المحلي والخارجي هي - في الاعم الاغلب - نتاج ما يقع من احداث في محيط الشخص وتحملها اليه وسائل الاعلام، وليس بسبب سعي هذا الفرد للاطلاع ومعرفة مايستجد على الساحة السياسية .

ويتضمن هذا البعد ايضاً تقديم نبذة عن البلد او الدولة للصحفيين والدبلوماسيين ووسائل الاعلام عموماً، كما يجب ان تتضمن هذه النبذة مقدرة واضحة على تقديم الجانب الذي يخص المرسل او الرسالة التي يريد ايصالها الى المتلقي حيث يجب ان تكون واضحة وذات صلة بالوضع الوطني[2].

ان هذا المستوى او البعد يتاول موضوع بث الرسائل ونشرها فالحكومة (أي حكومة) يجب ان تترجم بوضوح وشفافية سياستها وتظهرها للعالم. ويحتاج تنظيم الاتصال قصير المدى كمستوى اول من مستويات الدبلوماسية الشعبية، الى اتصال سريع وقوي لتأكيد هذه السياسات... واوضح التقرير السنوي الذي قدمته اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية بأن الاتصال اليومي للولايات المتحدة يفتقر الى[3]:

1. *بث مستمر طوال اليوم*: فالولايات المتحدة تحتاج الى دورة من الاخبار تمتد الى 24 ساعة بحيث تكون قابلة للاستجابة الى أي حدث. وقد اسست وزارة الخارجية فريق عمل لمراقبة الشبكة العالمية طوال الساعة.

(*) ان الحاجة الى ضم الاتصالات مع الدبلوماسية التقليدية تم وضعها من فبل الدبلوماسي الامريكي كريستوفر روس حيث قال " ان مفهومي الشخصي للدبلوماسية الشعبية هو انها الوجه العام للدبلوماسية التقليدية . فالدبلوماسية التقليدية تهدف الى تقرير مصالح الولايات المتحدة الامريكية بواسطة التبادلات الخاصة مع الحكومات الاجنبية ، انظر:
Mark Lionard . Op. cit. p 13.

(1) Ibid . p 12.

(2) Joseph Ney , soft power, Op.cit. P107.

(3) United states Advisory commission on public diplomacy, report 2004 ,p.6 .

2. *نشاط السفراء*: فالولايات المتحدة مازالت تعاني من الافتقار الى متحدثين مختصين بالشأن السياسي للظهور على وسائل الاعلام العالمية ، فسفراء الولايات المتحدة يتخوفون من الظهور على وسائل الاعلام لتجنب ارتكاب أي اخطاء او اطلاق وجهات نظر تتلاءم مع سياسة الولايات المتحدة.
3. *العلاقات والرسائل*: تعد مسألة التأشيرة (الفيزا) للدخول الى الولايات المتحدة من اهم الصعوبات التي تواجه الصحفيين بل وحتى كبار الموظفين والمسؤولين
   - ولذلك يجب ان تتجنب الولايات المتحدة عرقلة عمل الصحفيين .
4. *الاتصال الثاني*: يعد ادراك الجمهور للرسائل الاعلامية وادراك المستويات الاعلامية لوجهات نظرهم التي يعرضونها امر اساسي لخلق رسائل فعالة ، وقد اكد تقرير لمجلس العلاقات الخارجية بأن الولايات المتحدة لا تنفق في هذا المجال الا نسب قليلة والى شرائح معينة من الجمهور.

وتعد عملية ايصال رسائل خاصة تتعلق بالجهود الدبلوماسية الى جمهور معين (مستهدف) من الامور الصعبة ، وذلك لصعوبة عزل وتخصيص نشرات معينة لمتلقين معينيين سواء اكانوا محليين او اجانب[1] ، ولذلك تقوم وسائل الإعلام الموجهة بتوصيل رسائل الدبلوماسية الشعبية الى عقول جمهورها المستهدف عن طريق خلطها بالبرامج العامة والاخبار المختلفة.

المستوى الثاني: الاتصال الستراتيجي (طويل المدى)

يمثل الاتصال الستراتيجي او طويل المدى المستوى الثاني من مستويات الدبلوماسية الشعبية ويتم من خلاله نقل الرسائل والافكار الستراتيجية بواسطة كل المنافذ او عن طريق سلسلة من الإجراءات، ولابد من التأكيد على ان تكون الرسائل منظمة وثابتة[2]. ويأتي هذا المستوى من مجموع الرسائل في المستوى الاول

(1) Mark Lionard. Op. cit. P 7.

(2) Anna Tiedeman , Op. cit. P7.

وفي جميع الرسائل المتاحة وفي شتى المجالات ويختلف هذا المستوى عن المستوى الثالث الذي يتعامل مع العلاقات بعيدة المدى[1].

المستوى الثالث : بناء العلاقات بعيدة

المستوى او البعد الثالث للدبلوماسية الشعبية أي عملية بناء علاقات طويلة الامد ، فمهمة تطوير علاقات دائمة ضمن هذا المستوى تكون عن طريق الزمالات الدراسية والتبادلات والتدريب والحلقات العلمية النقاشية والمؤتمرات وبناء غرف عمل مشتركة حقيقية وصادقة وفعالة والسماح للناس بولوج القنوات الاعلامية. وهذا كله يختلف عن العمل الدبلوماسي الطبيعي المتمثل برعاية الاتصال ضمن اطار تطوير العلاقات بين النظراء من السياسيين والمستشارين الخاصين ورجال الاعمال ورجال الثقافة او الاكاديميين[2].

الاثر التراكمي للدبلوماسية الشعبية يمكن له ان يحدث عن طريق الابعاد الثلاثة للدبلوماسية الشعبية بهدف خلق تخيل عام للمواضيع واعطاء الناس فكرة اوضح للدوافع والعوامل المؤثرة في نشاطاتهم وبهذا الشكل عندما يحين الوقت لمناقشة مواضيع فردية وخاصة يكون جزء كبير من العمل الاساسي قد تم انجازه مسبقاً[3]. وهذا مهم جداً ليس فقط لتطوير وتعزيز العلاقات ولكن للضمان والتأكيد على ان التجارب التي يأخذها الناس معهم ايجابية وانه سيكون هنالك المزيد في المستقبل . ان عملية بناء

---

(1) Mark Lionard. Op.cit. P 14.

(2) Ibid, P 18.

(3) Ibid.

العلاقات تختلف كثيراًعن بيع الرسائل لانها تتضمن تبادل حقيقي وايرادات بحيث تتكون لدى الناس صورة متكاملة عن البلد[1].

كانت النظرة التقليدية لعملية بناء العلاقات تتم عن طريق ادارة تلك العملية وجهاً لوجه وعلى الصعيد الشخصي . ان اكثر الرسائل فعالية في بناء علاقات متكاملة وطويلة هي الزمالات الدراسية والزيارات وبرامج التبادل الاخرى التي تتطلب تخطيطاً محكماً وادارة على درجة عالية من التكلفة . ولكن كلما اصبحت المجتمعات اكثر انفتاحا وتجمعا . بالاخص في الاقتصادات الانتقالية حيث يبلغ عدد المستمعين عدة ملايين .هذا الوضع الانتقالي للعمل ذو احتمال بعيد للوصول الى جمهور نقدي يؤثر بشكل ضروري ومهم على آراء واختيارات هؤلاء المستمعين[2].

ويمكننا القول ان نشاطات الدبلوماسية الشعبية الامريكية شهدت تنامياً بسيطاً اثناء الحرب العالمية الاولى وحتى انتهاء الحرب العالمية الثانية فيما شهدت تطوراً ملحوظاً الحرب الباردة حيث يعزى ذلك الى اهمية الدور الذي لعبته الدبلوماسية الشعبية في تحطيم الكتلة الشرقية ، بين انتهاء الحرب الباردة واحداث

(1) ظهر تقرير مقدم من قبل سلطة السياحة البريطانية بأن الاشخاص الذين يأتون الى المملكة المتحدة يكون لديهم وبشكل متطابق الى حد بعيد انطباع ايجابي عنها يختلف كثيراً عن انطباعهم الاول لدى دخولهم الى المملكة المتحدة اول مرة . وقد اشار جوزيف ناي الى هذه النقطة بدقة وبلاغة قائلاً: ="ليس الموضوع ان الطالب او الباحث يغادر المملكة الى بلده وقد تغير تماماً وانما الحقيقة هي انه يغادر عائداً الى بلدة مع فكرة اكثر نضجاً ودراية عن بلدنا. انتم في الحقيقة تعقدون طريقة تفكيرهم. وبهذا سيرجعون ليصبحوا ناقدين للسياسة الاميركية تجاه اسرائيل وناقدين للسياسة الاميركية في معاقبة المجرمين على جرائمهم. ولكن سيكون لديهم فهم اعمق واوضح للسبب الذي يقف وراء ادارة الاميركان للسلاح والقوة والذي يختلف عن طريقة الأوربيين. وهذا الامر قد يخرج عن حقيقة انني امضيت سنتين كطالب في بريطانيا خارج الكلية. وقد احتجنا الى شهر كامل لتفهم ما يجري. يا الهي هؤلاء الناس غريبوا الاطوار حقا! وعند نهاية السنة الثانية من وجودي في بريطانيا اعتقد انني استطيع ان ارى نقاط الضعف والاخطاء كما انني استطيع ان ارى عظمة بريطانيا وكل هذه الامور تبدو ممزوجة مع بعضها. انظر:

Joseph Ney, Soft power, Op. cit. p19.

(2) Ibid . P.20 .

الحادي عشر من ايلول سبتمبر 2001م وحصول تراجع في نشاطات الدبلوماسية الشعبية بسبب قلة التخصيصات الممنوحة لمشاريع الدبلوماسية الشعبية وعدم اتباع ستراتيجية معينة في تنظيم تلك النشاطات والبرامج.

فيما تعد المدة التي تلت احداث 11 ايلول / سبتمبر الأهم في تنظيم جهود الدبلوماسية الشعبية الامريكية ، حيث شهدت هذه المدة تنامياً كبيراً على مستوى التنظيم والتمويل فضلاً عن استغلال التطورات التكنلوجية من قبل البث الفضائي وتقنيات الارسال الاذاعي في توجيه اذاعات وقنوات فضائية الى العالمين العربي والاسلامي.

الفصل الثاني

ادوات الدبلوماسية الشعبية
في الولايات المتحدة ومؤسساتها

المبحث الاول

الصورة النمطية في الدبلوماسية الشعبية

اولاً - اهمية الصورة النمطية في الدبلوماسية الشعبية:

تعرف الصورة النمطية بأنها " الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الافراد والجماعات ازاء شخص معين او نظام ما او شعب او جنس بعينة، او منشأة او مؤسسة، او منظمة عملية او دولية او مهنية معينة او أي شيئ اخر يمكن ان يكون له تأثير على حياة الانسان[1]. وتعمل الانظمة السياسية على صنع صورة نمطية (Stereotype) ايجابية او صورة حسنة لدى جمهورها الداخلي، كما تعمل ايضاً على تحسين صورتها لدى الجمهور الخارجي وهو اهم اهداف الدبلوماسية الشعبية، ولذلك دأبت الانظمة السياسية ديمقراطية كانت ام شمولية على استخدام وسائل الاعلام لتحسين صورتها عالمياً، فمن الطبيعي ان تضع الدولة نشاطاتها الوطنية بصورة مقبولة عند جماهير اكبر عدد من الدول[2]. فالانظمة السياسية تستعين بأجهزة الاعلام للتحكم بالوعي القومي و الضبط الاجتماعي، من اجل دعم مركزها بين شعبها والشعوب الاخرى[3].

(1) علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة، عالم الكتب، 1983، ص6.

(2) فرج الحسناوي، الرأي العام وسيكولوجية الشعوب، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد 41، بغداد، 1985، ص45.

(3) فؤاد زكريا، التفكير العلمي، ط2، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والادب والفنون، 1988، ص107.

ان ارتباط نشاطات الدبلوماسية الشعبية بمخاطبة الجمهور الخارجي جعل من موضوع الصورة النمطية او صنع الصورة الحسنة عن الدولة القائمة بالاتصال، وتشويه صورة اعدائها بالمقابل، من اولى اولويات نجاح الدبلوماسية الشعبية وتحقيق اهدافها(*)، حيث تلعب الصورة النمطية دوراً كبيراً في تكوين الراي العام، فهي تؤثر في اداء الجمهور ومواقفهم وسلوكهم(1) فالصورة النمطية المطبوعة تبني الكثير من المواقف والاراء والانماط السلوكية تجاه الاخرين(2) كما تسهم في تفسير مواقف الفرد وانماط سلوكه في الحياة الاجتماعية وتفسر اساس فلسفته في الحياة وذلك لارتباطها بقيمه وثقافته ومعتقداته(3) فالمواقف التي يتخذها الفرد ازاء الاشياء والاشخاص تبنى على اساس تلك الصورة(4).

تعد وسائل الاعلام مصدراً مهماً بل رئيساً من مصادر تكوين الصورة النمطية او الذهنية(5). فهي الوسيلة الرئيسة لتكوين تلك الصورة عن قضايا الحياة كافة، أذ تشكل الصور والاراء والافكار، كما تعمل وسائل الاعلام على تدعيم الصورة النمطية المتكونة مسبقاً في اذهان الافراد والتي تكونت في مرحلة الطفولة والمراحل التي تلتها عن طريق الاسرة والمدرسة والاقران، فوسائل الاعلام تضفي على الصورة المتكونة مسبقاً بعداً اوسع نطاقاً كما تمنحها ثقة اضافية(6)، ويمتد تأثير

(*) للمزيد عن الصورة النمطية وخصائصها وابعادها ووظائفها انظر: سلافة فاروق الزعبي، صورة العرب في الاعلام الامريكي من خلال اخبار شبكة CNN الامريكية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام - جامعة بغداد، 2004، ص26- 55.

(1) مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، القاهرة، دار للمعارف، 1982، ص100.

(2) عبد القادر طاش، الصورة النمطية للإسلام والعرب في مرأة الاعلام الغربي، الرياض، شركة الدائرة للاعلام، 1409هـ، ص17.

(3) سلافة فاروق الزعبي، مصدر سابق، ص 50.

(4) عبد القادر طاش، مصدر سابق، ص17.

(5) محمد بديوي الشمري، صورة الجندي الامريكي لدى الجمهور العراقي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام جامعة بغداد، 2005، ص60.

(6) سلافة فاروق الزعبي، مصدر سابق، ص58.

وسائل الاعلام الى تضخيم الصورة النمطية المتكونة مسبقاً لطبعها بقوة في اذهان الجماهير[1].

ويتضح دور الصورة النمطية في الدبلوماسية الشعبية بشكل كبير عن طريق مصطلح الصورة النمطية الوطنية (National Stereotype) او صورة البلدان والشعوب لدى بعضها البعض. والتي يعرفها السيد يسين بأنها "السمات الشائعة الثابتة التي تسدي على شعب ما من جانب شعب اخر، والتي تأخذ شكل العقيدة العامة الجماعية، وتصاغ على اساس غير علمي او موضوعي تأثراً بأفكار متعصبة تتسم بالتبسيط في تصورها للاخر"[2]، وعادة ما تكون الصورة النمطية الوطنية هاملة للاتجاهات النفسية ومشحونة عاطفياً ، وهي راسخة نتيجة طول مدة تراكمها في الاذهان اذ ان العلاقات بين الشعوب والدول تقوم على تراكمات معرفية ونفسية من الصعب فصلها او تعديلها[3] وتقسم الاحداث التي تتحكم بتكوين وتغيير الصورة النمطية القومية الى ثلاثة انواع:

1. الأحداث الدراماتيكية، وهي الاحداث التي لا يزيد استمرارها على اربعة اعوام مثل هيروشيما و ناكازاكي وحرب الايام الستة.
2. الأحداث التراكمية وهي الاحداث التي تزيد على اربعة اعوام.
3. التحولات في سياسة الحكومة او وسائل الاعلام الجماهيرية.

وللحد من تأثير الصورة النمطية القومية التي تشيعها دولٌ معينة ضمن برنامج تغيير صورتها او صورة اعدائها و حلفائها تعمد بعض الدول الى تكوين صورة ايجابية قوية في عقول افرادها او جمهورها عن بلدهم، لكي تجعلهم يتمتعون

---

(1) المصدر نفسه، ص60.

(2)السيد يسين ، الشخصية العربية بين صورة الذات ومفهوم الاخر، ط3، بيروت، دار التنوير، 1983، ص101.

(3)محمد بديوي الشمري، مصدر سابق، ص31 .

بحصانة او مناعة نفسية ازاء أية توجيهات مخالفة اياً كانت درجة صحتها[1]. ان الدبلوماسية الشعبية مبنية على مقدمة منطقية تقضي بان صورة وسمعة أي بلد هي بضاعة عامة شعبية يمكن اما ان تهيئ او لاتهيئ الاجواء لانشاء مناخ للتعامل ... وهنالك مراتب متسلسلة من التأثيرات التي تستطيع الدبلوماسية الشعبية تحقيقها[2]:

1. جعل بلد معين مألوف لدى الشعوب الاخرى والعمل على زيادة تقربهم به (أي جعلهم يفكرون به ويطورون انطباعهم عنه، كما تجعلهم ينبذون الافكار والاراء غير المفضلة).
2. زيادة تقدير الشعوب لهذا البلد .. أي خلق ادراكات ايجابية في اذهانهم.
3. جعل الشعوب تنشغل بهذا البلد عن طريق تقوية الروابط او التأثير بواسطة الاصلاح التعليمي والعلمي وتشجيع الناس على رؤيتنا كواجهة جذابة للسياحة والتعليم فضلا عن ترغيبهم بشراء المنتوجات وكذلك الفهم والاقرار بالقيم.
4. التأثير على الجماهير عن طريق وضع شركات للاستثمار وبالتالي دعم الجماهير لسياستنا كشريك مساند.

تعرف الصورة الذهنية (Image)[*] بانها "الانطباع الذي يكونه الفرد عن الاشياء المحيطة به متأثراً بالمعلومات المختزنة عنها، وفهمه لها، وبذلك فأن

---

(1)هربرت شيلر ، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، 1986، ص32.

(2)Mark Leonard , Op. cit. p9 .

(*) الفرق الاساسي بين مفهومي الصورة الذهنية والصورة النمطية يكمن في الشحن العاطفي والزخم النفسي الذي تقوم عليه فكرة الصورة النمطية التي ما تزال مفهوماً نفسياً اكثر من كونه مفهوماً اعلامياً، ذلك ان الصورة النمطية تشكل البعد المعرفي للاتجاهات النفسية (Attitude) للأفراد والجماعات بكل ما يعني ذلك من شحن عاطفي ، وترسيخ للانطباعات ، ومقاومة التعديل او التداخل، بينما الصورة الذهنية هي مجرد (خبرة ذهنية) مفتوحة تعتمد عملية خزن مباشر وتمثيل اولي لمعطيات تقدم قصدياً او تلقائياً عن شخص او مؤسسة او جماعة : انظر محمد بديوي الشمري ، مصدر سابق ، ص 27 .

الصورة الذهنية نتاج تفاعل عناصر المعرفة والادراك"[1] وترتبط الصورة بكثير من جوانب السلوك وترتبط بالقضايا المختلفة ومنها القضايا الذهنية السياسية حيث تؤثر الصورة عموماً في صناعة السياسة الخارجية فالصورة الوطنية ذات دلالة معينة في عملية صناعة القرار وتمثل الرسائل الاعلامية الجديدة مكانها المخصص في ذلك حيث تؤيد التطور الاساسي المتكون ويتبع ذلك تفسير التجربة الجديدة بأحدى هذه الطرق[2]:

1. ان تضيف الى التصور الحالي الموجود معلومات جديدة.
2. ان تدعم التصور الحالي.
3. احداث مراجعات طفيفة على هذا التصور.
4. اعادة بناء كامل للتصور.

ويوضح الشكل (1- 3) موقع الصورة في دورة الدبلوماسية الشعبية[*].



وتتصل الصورة الذهنية اتصالاً وثيقاً بالاتجاهات والمواقف والاستجابات العملية التي يتعامل بها الانسان مع الاشياء والاشخاص الاخرين ... فهي تؤثر في حكمه على الاشياء والاشخاص[3].

---

(1) محمد منير حجاب ، الموسوعة الاعلامية ، المجلد الرابع ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2003 ، ص1582.

(2) المصدر نفسه، ص1580- 1582 .

(*) الشكل منقول من Mark Leonard .Op.cit .p9

(3) محمد منير حجاب، المصدر السابق، ص1586.

تدعيم الصورة الوطنية وتشويه صورة العدو :

لا تكتفي الانظمة السياسية بتحسين صورتها بل تعمل وضمن إستراتيجيتها للدبلوماسية الشعبية على تشويه صورة الخصم او العدو كجزء من عملية تحسين صورتها وتعمد الدول اثناء التخطيط لسياستها للخارجية على تحديد مصالحها القومية كما تحدد ايضاً الدول المعادية لها بصورة حقيقية وكذلك الدول محتملة العداء او التي تشكل في المستقبل تهديداً اكيداً او حتى متصوراً لمصالحها ، وما ان يجري تشخيص تلك الدول حتى تقوم هذه الدولة بتوجيه سياستها على اساس الصداقة او العداء نحوها عندئذ يجري تصور الاصدقاء على انهم يتمتعون بمزايا حسنة في حين تلحق بالاعداء صورة ذهنية سلبية او مشوهة[1].

ولا تقتصر عملية تشويه صورة الاعداء على الدول والامم ، بل تتعداها الى تشويه صورة القادة والزعماء السياسيين[2] ، ولذلك استخدمت الولايات المتحدة الامريكية في حربها على الارهاب هذا التكتيك حيث عملت على تشويه صورة اسامة بن لادن[*] كما عملت على تشويه صورة الرئيس الاندونسي سوكارنو من قبل. من خلال اشاعة ارتباطه بشقراء سوفيتية. وفي هذا السياق عملت السينما

(1) ميخائيل سليمان، نظرة الامريكان الى العرب، مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 177، 1993، ص94.

(2) سلافة فاروق الزعبي، مصدر سابق، ص64.

(*) لا يقتصر التشويه على الكذب او التزوير بل يمكن استخدام مزايا حقيقية وابرازها في وسائل الاعلام ولعل المؤشر الحقيقي لعملية التشويه هو ابراز تلك الصورة المشوهة في وقت معين، وابرز مثال على ذلك ان وسائل الاعلام الامريكية وخاصة الموجهة منها لم تبرز مساوئ نظام صدام في ثمانينات القرن الماضي عندما كانت تدعمه في حين استخدمتها وقامت بأبرازها عام 1991 ... والعكس يظهر ايضاً حيث تتحول وسائل الاعلام من ابراز المساوئ والتشويه الى التحسين او التطبيع وهو ما حدث مع الصين التي عملت وسائل الاعلام الامريكية على تشويه صورتها اثناء الخمسينات القرن المنصرم، ثم انتقلت في اواسط الستينات لتقديم صورة اكثر ايجابية عن الصين.

الامريكية كأحدى الوسائل الثقافية للدبلوماسية الشعبية على تشويه صورة الالمان واليابانيين خلال الحرب العالمية الثانية ، حيث عملت السينما الامريكية على اظهار الالمان وحلفائهم كوحوش، كما صورت السينما الامريكية دول شرق اسيا وأوربا بشكل مشوه امام الصورة المثالية للامريكان ... وسعت ايضاً الى تكريس صورة نمطية عن الشخصية الروسية تصورها بصورة العدو الاول للولايات المتحدة واوربا والعالم[1].

تعتمد الولايات المتحدة الامريكية في اساليب الدبلوماسية الشعبية على تشويه صورة العدو في الوقت الذي تعمل على تدعيم صورتها عن طريق وسائل اعلامها ، فوسائل الاعلام المختلفة تخضع لسياسات دول او شركات تتلقى دخولها وتمويلها من مؤسسات متخصصة، توجهها نحو سياسة معينة تستهدف الدول الاخرى تارة والمؤسسات الاجتماعية تارة اخرى، او سياسة عالمية نحو قضية ما تتعلق بالوضع الدولي واستراتيجيات تلك الدول والمؤسسات، فوسائل الاعلام لن تكون محايدة او موضوعية وان ادعت بشكلها الظاهري هذا الادعاء، ولكنها في الحقيقة على العكس ، فنقدها لسياسة دولة ما انما ينطوي بداخله على ابعاد ليست مرئية للعيان من الافراد العاديين وهذا ما يصطلح عليه بالتضليل الإعلامي[2]. الذي يتكون من آليتين رئيسيتين هما الإنكار والتبرير[3]. واللتان بدورهما تعملان على تحسين الصورة.

(1) وسام فاضل راضي ، الأفلام الأمريكية في تلفزيون العراق واعتبارات الأمن الثقافي ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام جامعة بغداد ، 2001 ، ص45- 46 .

(2) هربت شيللر، مصدر سابق ، ص 22.

(3) ليند آل . دافيدوف ، المدخل الى علم النفس ، ترجمة سيد الطواب واخرون ، القاهرة ، دار ماتجروهيل، 1983 ، ص626 .

ثانياً- صورة الولايات المتحدة الامريكية في العالمين العربي والاسلامي:

في العام 1948 أعلن جيمس بيرنز (Gems Berns) وزير خارجية الولايات المتحدة الأمريكية امام مجلس النواب الأمريكي ان "سياسة الوزارة تضع في حسبانها دعم ومساندة قنوات الاتصال الخاصة وهي تعطي صورة صادقة عن الولايات المتحدة وتعمل على توضيح طبيعة واهداف السياسة الخارجية الامريكية للشعوب الاخرى ، للحيلولة دون حدوث سوء فهم للاهداف والسياسات الامريكية (ولمساعدة) هذه الشعوب على تفهم الحياة الامريكية تفهماً سليماً وتقديم صورة مشرفة لوجهة النظر الامريكية في الخارج" (1) .

وتمثل صورة الولايات المتحدة الامريكية في العالمين العربي والاسلامي اولوية مهمة لدى لجنة العلاقات الخارجية التابعة لمجلس الشيوخ الامريكي التي تستمع بشكل دوري الى شهادات اعضاء اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية والباحثين في مراكز البحوث والدراسات التي تعطي المشورة للحكومة الامريكية بخصوص سياساتها في هذه المنطقة من العالم وقد اوضح اندروكوث (Andrew Kohut) الباحث في مركز بيو (The Pew Global Attitudes) للابحاث في شهادته امام هذه اللجنة "إن كراهية الشعوب العربية والاسلامية للولايات المتحدة والناتجة عن سياساتنا تجاه هذه الدول التي تعد دول الغرب لا تحترم القيم الاسلامية ... يمكن لها ان تتحسن لو اشعرنا شعوب هذه الدول بأنهم مخطئون بحق نوايانا ونتائج سياساتنا وهذا الامر يتطلب جهوداً اتصالية امريكية* في المنطقة تصحح التضليل الواقع على سمات امريكا"(2).

---

(1) د. ر. مانيكيتان، تدفق المعلومات بين الدول المتقدمة والنامية ترجمة فائق ميسم، الرياض، دار العلوم، 1982، ص71، نقلاً عن عن سلام خطاب ، الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية ، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة ، 2000 ، ص53.

(*) ومن الملاحظ ان توجهات اندرو تكشف عن الدور الدعائي للدبلوماسية الشعبية عندما يشير الى امكانية تغيير اتجاهات الشعوب التي يعتقد انها معادية للولايات المتحدة عن طريق جعلهم يشعرون بخطأ اعتقادهم السابق ولا يمكن فعل ذلك الا من تغيير الاتجاهات السائدة لدى هذه الشعوب.

(2) American public diplomacy in the Islamic world ,Remarks of Andrew Kohut to the Senate Foreign Relations Committee Hearing ,27 February 2003 , The pew Research Center for the people and the press , http:// people . press . org/ commentary /. 10. 3. 2005

وكجزء من الاهتمام بصورتها لدى الشعوب الاخرى تعتمد الولايات المتحدة على وسائل مختلفة لمعرفة تقدم او تراجع صورتها لدى تلك الشعوب ومن بين تلك الوسائل مراكز الاستطلاع حيث يتم بناء استراتيجيات للدبلوماسية الشعبية اعتماداً على المؤشرات التي ترصدها تلك الاستطلاعات وتستمع لجنة العلاقات الخارجية التابعة لمجلس الشيوخ الامريكي بين مدةٍ وأخرى للملاحظات التي يقدمها رئيس واعضاء اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية عن مدى تقدم او تراجع صورة الولايات المتحدة في العالم بشكل عام والعالمين العربي والاسلامي بشكل خاص . كما تعمل مراكز البحوث على اجراء دراسات حول تلك الاستبيانات تقدم من خلالها توجيهات للحكومة الامريكية تدور دائماً حول الرغبة في تحسين صورة الولايات المتحدة[1].

وقد اشارت استطلاعات الرأي الى تدني صورة الولايات المتحدة حيث وصلت الى ادنى مستوياتها خاصة في الدول العربية والاسلامية على الرغم من التحسن البطيء الذي شهدته في بعض اجزاء العالم على مدى عام 2004م، وما تزال صورة الولايات المتحدة تأتي في المركز الاخير في استطلاع اجراه معهد بيو العالمي (The Pew Global Attitudes) في بداية عام 2005 م[2].

فعندما ابدت شعوب ست عشرة دولة حول العالم رأيهم عن اية امة يفضلون من بين خمس امم وهي الولايات المتحدة والمانيا وفرنسا والصين فضلاً عن اليابان ، كانت نتيجة الاستبيان ان اقل الامم تفضيلاً واستحساناً لدى الشعوب في العالم هي الولايات المتحدة الامريكية*. انظر الجدول رقم (1ـ3) الذي يوضح صورة الولايات المتحدة الامريكية بشكل مقارن لست سنوات سابقة.

---

(1) هل المشكلة صورة امريكا ام استراتيجيتها، مجلة المستقبل العربي، بيروت مركز دراسات الوحدة العربية، السنة السادسة والعشرون، العدد297، تشرين الثاني، نوفمبر2003، ص87.

(2)The Pew Global Attitudes Project :
American character Get Mixed Reviews: Us Image up slightly , But still Negative Washington .23 June. 2005 .

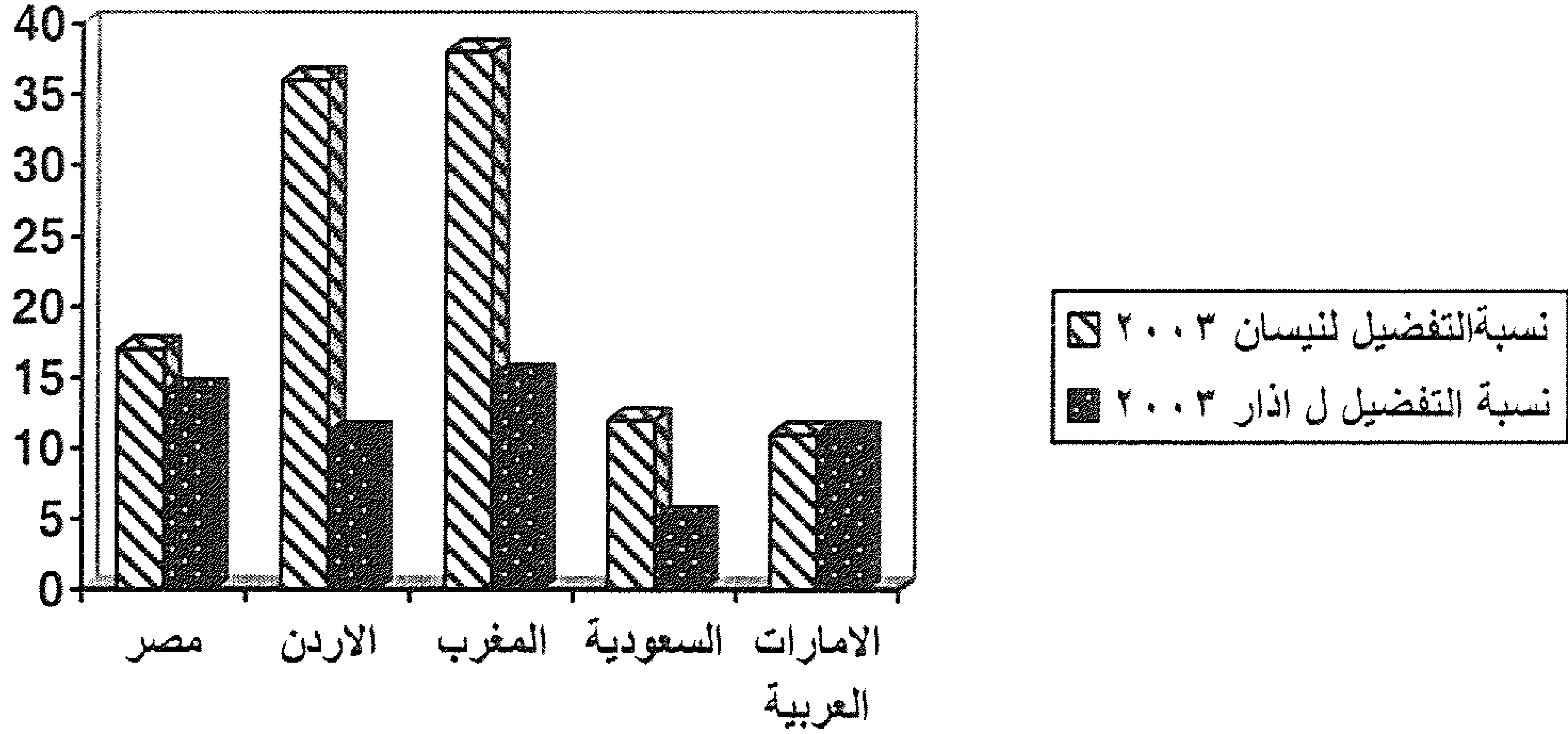
(*) ست دول فقط من اصل ست عشرة دولة حصلت الولايات المتحدة فيها على نسبة 50٪ او اكثر بقليل وعلى العكس حصلت الصين على درجة عالية من الاستحسان والتفضيل لدى احدى وعشرين دولة بينما حصلت كل من المانيا وفرنسا واليابان على تفضيل ثلاث عشرة دولة لكل منها. انظر:
The Pew Global Attitutes Project . Op. Cit. p6.

الجدول (3.1) يمثل وجهات النظر حول الولايات المتحدة في دول العالم

	99-2000	2002	2003	2004	2005
	٪	٪	٪	٪	٪
كندا	71	72	63	_	59
بريطانيا	83	75	70	58	55
هولندا	_	_	_	_	_
فرنسا	62	63	43	37	43
المانيا	78	61	45	38	41
أسبانيا	50	_	38	_	41
بولندا	_	79	_	_	62
روسيا	37	61	36	47	52
اندنوسيا	75	61	15	_	38
تركيا	52	30	15	30	23
باكستان	23	10	13	21	23
لبنان	_	35	27	_	42
الاردن	_	25	1	5	21
مراكش	77	_	27	27	غير محسوبة
هند	_	54	_	_	71
الصين	_	غير محسوبة	_	_	42

اما في الدول العربية والاسلامية فأن صورة الولايات المتحدة الامريكية ماتزال في تراجع مستمر، حيث حصلت على اسوأ درجات التقييم واكثرها انخفاضاً في عام 2004(*). وعلى الرغم من تدني هذه النسبة الا انها احسن حالاً مما حصلت عليه صورة الولايات المتحدة بعد حربها في العراق[1]. حيث اشارت مجموعة الاستطلاعات التي اجريت من قبل معهدي (Zogby-international) وبيو (Pew global – attitude –) في عامي 2002 و 2003 الى تدني صورة الولايات المتحدة الامريكية لدى الشعوب العربية والاسلامية على النحو الاتي .

1. اشار استطلاع زوكبي في نيسان عام 2002 واذار عام 2003 الى تدني واضح في صورة الولايات المتحدة في خمسة اقطار عربية وكما موضح في الشكل (3.2)[2].



الشكل (3.2)

(*) حصلت الولايات المتحدة على 21٪ فقط من الرأي في الاردن اما في باكستان وتركيا فكانت النسبة لا تزيد على 23٪.

(1) The Pew Global Attitudes project . Op.Cit.P.2.

(2) Hady Amr , The Need To Communicate: How to Improve Us. Public diplomacy with the Islamic world . The Saban center for Middle East Policy , 2004 ,P12 .

2- بين استطلاعين اجراهما معهد بيو (PEW) في صيف عام 2002 وربيع عام 2003 نسبة تفضيل الشعوب للولايات المتحدة كما موضح في الجدول (3.2).

الجدول (3.2) يمثل مستويات الاهتمام بالولايات المتحدة لدى الشعوب الأخرى معبر عنها بنسب تفضيل لعامي 2002،2003(*)

اسم الدولة	نسبة التفضيل للولايات المتحدة في صيف 2002	نسبة التفضيل للولايات المتحدة في ربيع 2003
اندنوسيا	61٪	15٪
الاردن	25٪	10٪
الكويت	66٪	غير محسوبة
لبنان	35٪	27٪
المغرب	27٪	غير محسوبة
نيجيريا	77٪	61٪
الباكستان	10٪	3٪
السلطة الفلسطينية	صفر	غير محسوبة
تركيا	30٪	15٪

3- اكدت نتائج الاستطلاع للرأي اجراه معهد بيو عام 2003 على تصاعد نسبة الجماهير التي ترى بأن الولايات المتحدة لاتأخذ بالحسبان فائدة الشعوب وكما موضح في الشكل (3.2)[1].

(*) Ibid.
(1) Ibid.

ربطت الإدارة الأمريكية موضوع تدني صورة الولايات المتحدة بكراهية شعوب الدول العربية والاسلامية لها. ولذلك اطلق المسؤولون الامريكيون وعلى مستويات مختلفة تساؤلات حول اسباب كراهية الشعوب لامريكا ؟ ويقول اندرو كوث في شهادته وملاحظاته التي قدمها الى لجنة العلاقات الخارجية التابعة لمجلس الشيوخ في شباط / فبراير من عام 2003م، ان صورة الولايات المتحدة لوثت في كل انواع الامم فهي لم تقتصر على المجتمعات الاسلامية بل بين حلفاء الناتو في اوربا الشرقية ايضاً[1].

ثالثاً - الدبلوماسية الشعبية وتغيير الاتجاهات:

يعرف الاتجاه (Attitude) بانه "دافع مكتسب يتضح في استعداد وجداني، فيه درجة ما من الثبات، يحدد شعور الفرد ويلون سلوكه بالنسبة لموضوعات معينة من حيث تفضيلها فاذا بالفرد يحبها ويميل اليها او يكرهها وينفر منها، اما موضوع الاتجاه فقد يكون شخصاً معيناً او جماعة ما اوشعباً ما او مدينة ما، او مادة علمية، او مذهباً ايديولوجياً، او فكرة ما"[2]. وتتكون الاتجاهات من تكرار اتصال الفرد بموضوع الاتجاه في مواقف مختلفة تثير فيه خبرات سارة او مؤلمة[3] ومثال ذلك فكرة او اتجاه الجمهور ازاء موضوع الارهاب مثلاً، حيث ينجم عن اتصال الجمهور بموضوع الارهاب موقفاً منه سواء كان هذا الاتصال عن طريق وسائل الاعلام الجماهيري ام الاتصال الشخصي وتتضافر عوامل عدة في تكوين الاتجاهات تبدأ بالعوامل البيئية والاسرية ثم المدرسة والمجتمع الذي يعيش فيه الفرد

(1) American public diplomacy in the Islamic world , Remarks of Andrew Kohut to the senate Foreign Relation committee Hearing . Op. cit.

(2) فرج عبد القادر طه، موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، الكويت، دار سعاد الصباح، 1993، ص23. انظر اميمة علي خان، علم النفس، بغداد، مطبعة القاني، 1970، ص146 وما بعدها .

(3) اميمة علي خان، المصدر السابق، ص148.

بكل ما فيه من عادات وتقاليد وقيم سائدة[1]. وتعتبر اراء الفرد وتعبيراته عن هذه الاراء في الحياة اليومية بمثابة مؤشرات تشير الى اتجاهه[2].

كما تسعى الدبلوماسية الشعبية عن طريق استخدام وسائلها واساليبها الى احداث تغييرات في السلوك الجماهيري (Mass Behavior)[*] الذي يعد صورة من صور السلوك الجمعي ، ويشتمل السلوك الجماهيري على مدى واسع من نماذج السلوك والمعتقدات والمصالح ، ويتفاوت من الحركات السياسية الجديدة الى نماذج العادات المستحدثة والموضة والبدع في الافكار.

وبذلك فان نشاطات الدبلوماسية الشعبية تعمل على تغيير الصورة الذهنية او بنائها او تغيرها كمرحلة اولى لتغيير الاتجاه وذلك عن طريق السيطرة على السلوك المكتسب لدى الانسان[**]. ويعتمد نجاح الاتصال في احداث التاثيرات السابقة الذكر بعدما يلاقي مضمون الاتصال قبولاً واستجابة من قبل الجماعات[3] او الافراد.

ومع ما تم معرفته من مدى تأصل وثبات الاتجاهات لدى الافراد وصعوبة تغيرها فأن وسائل الاعلام استطاعت ان تهز هذه الاتجاهات وتغيرها نحو موضوع معين او قضية وطنية او قومية او دينية ... وقد نجحت وسائل الاعلام ايضاً في خلق الاهتزازات القيمية في السلوك لدى المجتمعات الثابتة نسبياً ، لذلك نجد ان هذه الوسائل تعمل على تغيير الاهمية الاجتماعية والمعنى السياسي للاوصاف التقليدية

---

(1) توفيق مرعي واحمد بلقيس، الميسر في علم النفس الاجتماعي، عمان، دار الفرقان للنشر والتوزيع، 1984، ص147.

(2) محمود عودة، اساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، ط2، الكويت، دار ذات السلاسل للطباعة والنشر، 1989، ص163.

(*) يقوم السلوك الجماهيري على الاتصال غير الشخصي وغير المباشر بين اعضاء شعب كبير غير متجانس وغير تقليدي ، ويقوم الاتصال الجماهيري بدور حيوي في تطوير سلوك الجماهير من خلال توفير نموذج معين من الاتصال لكن من لا يتاح لهم أي فرصة للاتصال الشخصي المباشر.

(**) يتكون السلوك البشري من نوعين ، سلوك ثابت موروث و سلوك متغيير مكتسب ومتعلم .

(3) محمود عودة ، المصدر السابق ، ص 179 .

وبعض الرموز الرئيسية في المجتمع ، فضلاً عن قدرتها على توجيه عقول الناس الى شتى الموضوعات[1]. ويستند النموذج السوسيولوجي لعملية الاقناع الى فرض امكانية استخدام الرسائل المرسلة بالوسائل الجماهيرية لتوفير تفسيرات جديدة للافراد تكون الجماعة مستعدة للموافقة عليها[2].

تؤثر وسائل الاعلام في اتجاهات الجمهور عن طريق ثلاثة انماط من التأثير وهي تكوين الاتجاه[*] او تشكيله وتدعم الاتجاهات القائمة فضلاً عن تغير الاتجاهات ... ويمكن تكوين الاتجاه الذي يعد من التأثيرات المعرفية من اعتماد المتلقين بشكل اساسي على معلومات وسائل الاعلام الجماهيرية ليسايروا عالمهم المتغير[3].

وتستمد وسائل الاعلام قدرتها على تكوين الاتجاهات وتغيرها من قابليتها على الايحاء، حيث تؤدي قابلية الإيحاء (Suggestibility) دوراً كبيراً في تكوين الاتجاهات الاجتماعية والمعنوية نحو الاراء والمعتقدات والنظم الاجتماعية[4]. وتعني قابلية الايحاء، "سرعة تصديق وتقبل الاراء والافكار دون نقد او مناقشة او تمحيص"[5]. وقد اظهرت بعض الدراسات التجريبية اهمية استخدام المتغيرات الثقافية الاجتماعية كأساس يحتكم اليه في الاتصال الاقناعي وبالتالي تحديد

---

(1) شامل رضوان ، الاعلام وسيكولوجية الخطاب السياسي البحث عن التبرير ، مجلة النبأ ، مجلة شهرية تصدر عن دار المستقبل للثقافة والاعلام ، العدد 55 ، تموز 2001، ص29.

(2) م. دي فلور وس. بال روكاخ ، نظريات الاعلام ، ترجمة محمد ناجي الجوهر ، اربد ، دار الامل للنشر والتوزيع ،1994، ص323 .

(*) يعتمد دور وسائل الاعلام في الدبلوماسية الشعبية بشكل أساسي على تكوين الاتجاه لدى الجمهور المستهدف ولذلك نرى ان وسائل الاعلام الامريكية الموجهة والخاصة ببرنامج الدبلوماسية الشعبية تعتمد في توجيهاتها على مخاطبة الشباب العربي.

(3) المصدر نفسه ، ص355.

(4) اميمة علي خان، مصدر سابق، ص148.

(5) توفيق مرعي واحمد بلقيس، المصدر السابق، ص147.

طريقة تبني الناس للافكار والاشياء الجديدة، فالعمليات الثقافية الاجتماعية تشكل محددات مهمة للاتجاهات[1] .

وتعد نظرية "الاتجاه السائد" احدى اهم النظريات التي اشارت الى ان واقع وسائل الاعلام يمكن ان يؤثر في المعتقدات وبالتالي في سلوك الانسان وقد اشار جورج جيربنر(George) ومجموعته الى ان برامج التلفزيون بشكل خاص تعمل على "تثقيف" معتقدات الجمهور[2]، كما تعمل وسائل الاعلام على التأثير في السلوك العلني[*] للمتلقي.

ومن بين تاثيرات الرسائل المعروضة بالوسائل الجماهيرية على السلوك ، التنشيط (Activation) والتثبيط (Deaenvation) وهما التاثيران المهمان في مجال تغير الصورة وبناء صورة حسنة واتخاذ موقف معين من قضية او قضايا معينة كقضايا الديمقراطية[3]. فالتنشيط (Activation) هي الحالات التي يقوم بها المتلقون بعمل شيء لايقومون به في حالات اخرى، وذلك كنتيجة لتلقيهم الرسائل المعروفة بالوسائل الجماهيرية ، وهو نتاج نهائي لتأثيرات معرفية او عاطفية دقيقة اما التثبيط (Deaenvation) فهو ما كان الناس يقومون به ولكنهم امتنعوا عنه نتيجة لرسائل الوسائل الجماهيرية التي تعرضوا لها[4]. ولهذين التاثيرين الاهمية نفسها حيث من الممكن ان تعمل وسائل الاعلام على احداث هذين التاثيرين في الوقت نفسه كاتجاهين معاكسين كتثبيط وتنشيط موقف المتلقي من قضية الارهاب في الوقت نفسه.

---

(1) م. دي فلور اورس بال دوكاخ ، المصدر سابق ، ص322 .

(2) ملفن ل. ديفلير وساندرا بول روكش ، مصدر سابق ، ص364 .

(*) يعرف السلوك العلني بانه ذلك النوع من التاثير الذي يهتم به كل الناس، وهم في اهتماماتهم بالتغيرات التي تحدث على الاتجاه او المعتقد والحالات المثيرة للعواطف، يتوقفون على درجة تاثير هذه في السلوك العلني للافراد ، انظر: دي فلور وس بال، وكاخ، مصدر سابق، ص362.

(3) المصدر نفسه.

(4) للمزيد عن هذين التاثيرين انظر: المصدر نفسه، ص362 – 364.

تغيير الموقف السياسي:

تهدف الدبلوماسية الشعبية الى احداث تغييرات في الموقف السياسي لجمهورها المستهدف فحتى برامج التعلم والتثقيف والمعونات الاقتصادية التي تقدم من خلال برامج الدبلوماسية الشعبية تهدف الى احداث تغييرات في الموقف السياسي لجمهور الدول الاخرى المستفيدة من تلك البرامج كما تعمل وسائل الاعلام بصفتها احدى اهم وسائل تحقيق الدبلوماسية الشعبية على احداث التغييرات عنها . فالموقف السياسي للجمهور العربي والاسلامي ازاء الولايات المتحدة وهو الموقف الذي اثبتته الاحصائيات المقدمة عن طريق نتائج الاستطلاعات موقف سلبي في اغلب تلك الدول ... وما تطمح اليه الولايات المتحدة هو تغيير هذا الموقف السياسي باتجاه ايجابي لصالحها.

فالجمهور العربي لديه جمعية او صورة ذهنية ثابتة (Stereotype) عن الولايات المتحدة الامريكية نتجت كانعكاس للسياسات السابقة لهذه الدولة الكبرى تجاه العالمين العربي والاسلامي فضلاً عما يدور الان من حروب امريكية في هذين العالمين. "ولقد دلت بحوث كثيرة اجريت تحت اشراف اليونسكو على ان الجميعات (الصورة الذهنية الثابتة) التي تنتشر بين سكان بلد معين عن بلد اخر غالباً ما تولد مشاعر العداء والتوتر بين الشعوب على الاقل بصورة غير واعية، لان هذه الجميعات تنطوي على الانتقاص من الشعوب الاخرى رغم انها لاسند لها في الواقع"[1].

تؤدي ثلاثة عوامل دوراً في تغيير المواقف السياسية للافراد وهي تطور الوضع الذي يوجه فيه الفرد والعوامل التي تتعلق بتطور وعي الفرد ومن ثم الجهود المنظمة التي تبذل لغرض التاثير على الآخرين. وما يهمنا في مجال الدبلوماسية الشعبية هو العامل الاخير وهو الجهود المنظمة.

(1) صادق الاسود، مصدر سابق، ص580.

التأثير المنظم لتغيير المواقف السياسية:

تعد الجهود المكرسة في ميادين الدعاية والاعلام من ابرز خصائص العصر الحديث، فالدول والتنظيمات السياسية والاحزاب تسعى الى كسب عطف الافراد نحوها والانتقاص من خصومها بالمقابل، من وراء ذلك هو ان تغيير الرأي[*] يؤدي لامحالة الى تغيير المواقف السياسية[1].

وقد اتاح تعدد وسائل الاعلام للقائمين على البرامج الدعائية بشكل عام والدبلوماسية الشعبية بوجه خاص حرية الحركة في تحقيق اهدافها في التاثير على المتلقي واختراق منظومته الفكرية وذلك عن طريق العمل على تشكيل الراي والاتجاه ثم المعتقد وهي محاولة لتغير عادات الحياة ومن ثم قولبة السلوك بفاعلية وفرض النظام السياسي او الاجتماعي[2].

وتعد (المناقشة الجمعية) الطريقة المثلى لتغير اتجاهات الجماعة، حيث يسهم في المناقشة الجمعية كل فرد برأيه بحرية وطرحه في جو لايشوبه الخوف او التهديد[3]. ويتبين دور هذه المناقشة من البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات الفضائية.

وترجع اهمية الاتجاهات الى تاثيرها في السلوك فاذا كان الاتجاه ايجابياً نحو شيء معين فان السلوك المرتبط بهذا الشيء سوف يكون ايجابياً والعكس صحيح ولكل اتجاه ثلاثة عناصر اساسية هي[4]:

1- عنصر ادراكي او معرفي ويتعلق بالمعلومات التي يعرفها الفرد عن الشيء موضوع الاتجاه او الكيفية التي يتم بها ادراك الشيء.

(*) قد يحدث التغيير بشكل تحول جذري في الاتجاه ، كالانتقال من الشيوعية الى الراسمالية او بالعكس، او قد يكون هذا التغيير مجرد انعطاف في الاتجاه اقتضته ظروف جديدة ، وقد يحدث التغيير في المواقف اما بشكل تطور تدريجي او تبدل مفاجئ او بحالة تذبذب .

(1) صادق الاسود، المصدر السابق، ص584 – 585.

(2) شامل وضوان، المصدر السابق، ص59.

(3) اميمة علي خان، مصدر سابق، ص152.

(4) هناء عبد الحليم سعيد، الاعلان والترويج، القاهرة ، جامعة القاهرة، 1993، ص128 – 129.

2- عنصر وجداني او شعوري ويعبر عن شعور الفرد وعواطفه تجاه الشيء موضوع الاتجاه وما اذا كانت مشاعر حب او كراهية .

3- عنصر سلوكي ويعبر عن التعرف الذي يقوم به الفرد نحو الشيء موضوع الاتجاه .

وتتسم هذه العناصر الثلاث بالتناسق والتوافق ومن ثم فان تغير احدها ينتج عنه تغير في العناصر الاخرى. ولذلك فان تغير الاتجاه يبدا من تغير الصورة عن الشيء موضوع الاتجاه ولذلك تحاول برنامج الدبلوماسية الشعبية ايجاد صورة حسنة او انطباع حسن لدى رأي عام غير محلي او اجنبي عن الدولة والشعب القائم بالاتصال كما تحاول التاثير على العنصر الادراكي او المعرفي للفرد عن طريق تطوير معلوماته ليتم بعد ذلك ايجاد التاثيرات من التغير الذي يصحب العنصرين الوجداني والسلوكي.

وتعتمد الدبلوماسية الشعبية في تكوين اتجاهات الجمهور المستهدف او تغيرها بواسطة وسائل الاعلام على نظريات التراكم طويل المدى التي ترى بان عقل المتلقي يقوم بعمليات تخيل وتنظيم للعناصر العاطفية للمدركات ، كما يقوم بتخزينها ، وبمرور الوقت يكون الفرد قد كون انماطاً او نزعات عاطفية شبه ثابتة[1].

ومن اهم تلك النظريات التي ترتبط ارتباطا وثيقا بموضوع بحثنا نظرية جدول الاعمال التي سيتم بحثها في الفصل القادم.

دراسة الجمهور

تعتمد الولايات المتحدة الامريكية في تنشيط دبلوماسيتها الشعبية وجعلها فاعلة وذات نتائج جيدة، على دراسة جمهورها الخارجي ، عن طريق معرفة القضايا موضع اهتمامه وبالتالي العمل على استمالته عن طريق تلك الاهتمامات وبرامج الدبلوماسية الشعبية بواسطة الاذاعات الموجهة مثلاً "لا تبدأ من نقطة ماذا تريد الحكومة الوطنية ارساله، بل تبدأ من نقطة ماذا يريد المستقبل ان يسمع"[2]، وفي هذا المجال جاء في تقرير مجلس العلاقات

---

(1) جلال الدين الشيخ زيادة، الوظيفة الثقافية للقنوات الفضائية العربية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، بغداد، كلية الاداب – جامعة بغداد، 1999، ص160.

(2) Jeff Rosenberg , international broadcasting and public diplomacy : not just for government nymore bernd gabler an athers , the media public opinion nexas in german – American relations American institute for contemporary german studies , the johns Hopkins university , 2005. P40.

الخارجية الصادر سنة 2003 "تستطيع الولايات المتحدة الوصول للافراد عن طريق الاصغاء لحاجاتهم ووضع سياستهم وثقافتهم بالحسبان"[1].

وفي استفتاء اجراه معهد زوكبي (Zogby) عام 2002 فضلت ثمانية اقطار اسلامية علوم وتقنية امريكا، حيث بلغت نسبة التفضيل في المملكة العربية السعودية (71٪) وايران (93٪) اما نسبة تفضيل (الديمقراطية والحرية في امريكا) فقد بلغت (50٪) في الامارات العربية المتحدة و (64٪) في الباكستان، اما تفضيل (القنوات والانشطة الامريكية) فقد\ سجلت اعلى نسبة تفضيل لها في مصر حيث بلغت (53٪) كدولة عربية و (77٪) في اندونسيا كدولة اسلامية غير عربية، وسجل الاستبيان كذلك تفضيل الجمهور العربي (التعليم في امريكا) بنسبة بلغت (57٪) في دولة الكويت فيما بلغت نسبة (81٪) في لبنان[2]. وتؤثر نتائج هذا الاستبيان وجود تشابه بين النظام القيمي في المجتمع العربي ونظيره الامريكي اذا ما فضلنا القيم المتعلقة بالدين وتلك التي تخص جوانب الحياة اليومية.

كما اشارت نتائج استبيان اجراه مركز بيو (PEW) الى اهتمام الجمهور في الدول الاسلامية بقضايا اخرى مثل حرية الراي ودور القانون فضلا عن الديمقراطية، وقد اوضحت النتائج ان (92٪) من الجمهور في تركيا و (92٪) لبنان و (53٪) في الاردن و (79٪) في اوزبكستان وباكستان يرون بضرورة (القول بصورة علنية والتعبير عن الافكار وانتقاد الحكومة) ، اما اعتقاد الجمهور بـ(اهمية الانتخابات الصادقة) فقد بلغ نسبة (64٪) في لبنان و (90٪) في تركيا (75٪) في اوزبكستان و (71٪) في باكستان و (55٪) في الاردن ... كما اوضح الاستبيان ان الاغلبية الساحقة في هذه البلدان الخمس ترى ان من الضروري وجود الانظمة القضائية التي تعامل الاشخاص بلا تمييز في نسبة بلغت (98٪) في لبنان و (95٪) في اوزبكستان و (94٪) في تركيا[3].

(1) Coun c:\ on foreign relation "finding America's voice : a start g-foreinr : garating U.S public diplomacy " 2003 , P5 .
(2) John Zogby international , " American as seen through Arab eyes : polling the Arab world after 11th September 2003.
(3) Hady Amr. Op.cit, P14.

المبحث الثاني

وسائل وادوات تحقيق الدبلوماسية الشعبية الأمريكية

أولاً ـ الادوات الثقافية:

تعد الدعاية الثقافية الدولية (International Cultural Propaganda) اداة بارزة من الوسائل التي تعتمدها الدول الكبرى لنشر ثقافتها في الخارج، للأثر البعيد المدى الذي تحدثه في المتلقي، ويدخل في أطار الدعاية الثقافية الدولية، الفن والتعليم ووسائل الترفيه والرياضة وتقديم المنح الدراسية وإقامة المكتبات في الخارج وتبادل الخبرات والوفود من قادة الرأي[1] وترتبط الدعاية الثقافية الدولية أو الأدوات الثقافية بمفهوم الغزو الثقافي والفكري[2] الذي يستخدم في مجال الشعور بوجود صراع بين الأفكار والثقافات[*] ولذلك تستخدم الادوات الثقافية في الدبلوماسية الشعبية للوصول الى التغير الثقافي الذي يشير للدلالة "على صور التنوع التي تطرأ

---

(1) محمد علي العويني، مصدر سابق، ص95.

(2) حميدة سميسم، الحرب النفسية، مصدر سابق، ص308- 309.

(*) أكد تقرير لوزارة الدفاع الأمريكية وضعته قوة المهام لأستراتيجية الاتصال ان هنالك قتالا ونضالا بين الأفكار ليس مع العرب من المسلمين بل مع المسلمين في بقية أقطار العالم وكذلك المسلمين الموجودين في عدة قارات ومدن في أسيا وأوروبا وأفريقيا.

Department of defense, report of the defense science Board task force on strategic communication, office of the under secretary of defense of Acquisition, Technology and logistics, Washington,D.C., September 2004.p26.

على الظواهر الثقافية كالمعرفة والأفكار والفن والمذاهب الدينية والأخلاقية[1] .فالطبيعة الأيديولوجية التي ميزت العلاقات الدولية منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، آدت إلى زيادة مستمرة في الجهود التي بذلتها الحكومات لكي تؤثر بشكل مباشر في الآراء السياسية للشعوب في الدول الأخرى[2]، عن طريق الوسائل الثقافية التي تسعى إلى تثقيف وتعليم[*] الشعوب الأخرى. وتزداد فاعلية الدعاية الثقافية الدولية طردياً بالتناسب مع قوة ومكانتها ودورها الدولة التي تمارسها في النظام الدولي حيث تركز هذه الدولة على نشر ثقافتها داخل الدول الاخرى، الامر الذي دفع البعض لوصف هذا النشاط الموجه لمجتمعات الدول الاضعف بالاستعمار الثقافي (Cultural Imperialism)[3].

قد اوضح تقرير لوزارة الخارجية الأمريكية قدمته اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الثقافية عام 2005م أن التاريخ سجل بأن الأغنياء من الأمريكان أدوا دوراً مهماً في تشكيل الزعامة الدولية التي تضمنت الحرب ضد الإرهاب كما أن الوسائل الثقافية قدمت أفضل ما لديها عن طريق ما عرضه وقدمه الفنانون والمفكرون الأمريكيون الذين اسهموا في تحسين الأمن القومي للولايات المتحدة[4]، وأشار التقرير إلى أهمية الوسائل الثقافية في الدبلوماسية الشعبية حيث عدَّ أن جهود

(1) جلال الدين الشيخ زيادة ، مصدر سابق ، ص 175 .

(2) جيهان رشتي، الأعلام الدولي بالراديو والتلفزيون، القاهرة ، دار الفكر العربي ،1979، ص37.

(*) لا يقتصر استخدام اصطلاح التعليم على التعلم المدرسي او التعلم الذي يحتاج دراسة وجهود، بل يتضمن التعلم في معناه الواسع كل ما يكسبه الفرد من معارف واتجاهات وعواطف وميول وقدرات وعادات ومهارات حركية وغير حركية سواء تم هذا الاكتساب بطريقة شعورية معتمدة او بطريقة عارضة لا شعورية غير معتمدة، انظر: اميمة علي خان، مصدر سابق، ص 194.

(3) صابر فلحوط ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الاعلامي الدولي، دمشق، منشورات دار علاء الدين، 1999، ص99.

(4)Department of state, cultural Diplomacy op. cit, p3.

الدبلوماسية الشعبية قيدت بسبب القيود المفروضة على الجهود الثقافية المستخدمة في كسب رضا الجماهير في الدول المختلفة وأوضح أن القيود فرضت بسبب نقص المصادر ونقص رعاية الحكومة الأمريكية للدبلوماسية الثقافية[1]، وقد دخلت الولايات المتحدة التنافس الثقافي بشكل متأخر عن دول أوربا التي سبقتها على ذلك بربع قرن، فقد ظهرت أول مبادرة أمريكية في مجال التبادل الثقافي في العام 1870، 1880 عندما أنشئت مؤسسات جامعة جونز هوبكنز في بولونيا[2].

أما في العالم العربي والإسلامي الذي كان ينظر إلى الولايات على أنها دولة ذات مواقف ايجابية وأعمال خيرية أفضل من الدول الأوربية التي سيطرت عليه آنذاك فقد كانت بواكير أعمال الأمريكان في مجال استخدام الوسائل الثقافية هو إرسال الجماعات التبشيرية الأمريكية في أواسط القرن التاسع عشر وتمثلت هذه التبشيرات في أربع مؤسسات تعليمية وهي الجامعة الأمريكية بالقاهرة والكلية الأمريكية الفارسية وكلية روبرت في اسطنبول والجامعة الأمريكية في بيروت، وقد اكتسبت برامج هذه الكليات والجامعات شعبية كبيرة واهتماماً بالغاً حيث أصبحت بعد ذلك صروحاً ثقافية[3].

وقد قامت هذه المؤسسات بتعريف العالم العربي والإسلامي بالثقافة الأمريكية "كما عملت تلك الفئات التبشيرية على منح الثقة بالأمريكان وعملت معهم أيضا من اجل أنشاء مؤسسات تعليمية أخرى تعرف العرب بالقيم الأمريكية"[4].

---

(1)I Bid.

(2) لويس دوللو، العلاقات الثقافية الدولية، ترجمة بهيج شعبان، بيروت، منشورات عويدات، 1974، ص104.

(3)Ussama Makdisi "Ant- Americanism in the Arab World International of a Brief History" Journal of American History, vol. 89, issue, p538.

(4)Hady Amr, Op. cit, p.10.

التبادل الثقافي[*] (Cultural Exchange)

نشأ مفهوم التبادل الثقافي كتطبيق حكومي أمريكي بنشوء شعبة التعاون الثقافي في وزارة الخارجية الأمريكية عام 1938م ، عندما انتدب موظفو العلاقات الثقافية ليعملوا على تنظيم برامج التبادل في مركز البريد في أمريكا اللاتينية[1]. ولم تقم الولايات المتحدة بدور اكبر في مجال التبادلات الثقافية إلا بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية عندما بدأت الحاجة لاستخدام تأثير التبادلات الثقافية على الشعوب الأجنبية مع انطلاق الحرب الباردة[2]. إذ بدأت الولايات المتحدة تعول كثيراً على تلك البرامج[3].

ويرى الامريكان أن تبادل القيم والثقافة الأمريكية في العلاقات بين الأفراد يعد الحل الامثل للنجاح في الاتصال الطويل الأمد في الدبلوماسية الشعبية[4] إذ يعمل الاتصال طويل الامد على احداث تأثيرات طويلة الامد على المتلقي إذ تقدم عن طريق برامج التبادلات الحكومية السياسية الخارجية الامريكية كما تقدم الفن والثقافة والقيم الامريكية[5] وتستخدم الولايات المتحدة برامج متعددة في مجال التبادل الثقافي أهمها:

برنامج فولبرايت : FULBRIGHT PROGRAM

أنشئ برنامج فولبرايت سنة 1946 بموجب تشريع قدمه السيناتور الأمريكي السابق وليام فولبرايت الذي كان يمثل ولاية اركسوه ، وقد شارك في

(*) يطلق على البرامج الثقافية الامريكية في مجال الدبلوماسية الشعبية اسم برنامج او برامج التبادل الثقافي، وفي الحقيقة هي برامج غرس ثقافي من طرف واحد ولا تمثل برامج تبادل بين جانبين.

(1) وافقت الحكومة الأمريكية عام 1936 على برنامج التبادل الثقافي لطلاب الجامعات والفنانين من اجل رفع العلاقات الثقافية الأمريكية انظر:

U.S Department of state, cultural diplomacy op. cit, p.7.

(2) Anna Tiedeman. Op. cit, p.9.

(3)Christopher Ross, public diplomacy comes off age, The Washington Quorlerly, spring 2002, P82. Op. cit, p.9.

(4) United states Advisory commission on public diplomacy, annual report, 2004. p.18.

(5)Christopher Ross, Op. cit, p.81.

البرنامج منذ استهلاله قبل أكثر من خمسين عاماً (255) ألفا فولبرايت (أي خريج برنامج فولبرايت) ويقدم برنامج فولبرايت حوالي أربعة آلاف وخمسمائة منحة جديدة في كل عام[1].

يقدم برنامج فولبرايت منحاً للطلبة الحاصلين على شهادة البكالوريوس الجامعية والباحثين والمهنيين والأساتذة والعاملين في الحقل الإداري في الولايات المتحدة[*] والدول الأخرى، وقد وضع برنامج فولبرايت الذي يعد أهم البرامج التعليمية التي ترعاها حكومة الولايات المتحدة، بهدف زيادة التفهم المتبادل بين شعب الولايات المتحدة وشعوب الدول الأخرى وتحقيق السلام الدولي[2].

ولتحقيق هذا الهدف وفر برنامج فولبرايت الفرصة لأكثر من مائتان وخمسين ألف مشارك تم اختيارهم لجدارتهم الأكاديمية وإمكانياتهم القيادية المحتملة للدراسة والتعليم في بلدان بعضهم البعض وتبادل الآراء والأفكار والتوصل إلى حلول مشتركة لمعالجة هموم مشتركة[3].

يتسلم برنامج فولبرايت تمويله السنوي من الكونغرس بواسطة وزارة الخارجية الأمريكية[**] ووزارة التعليم فضلاً عن مشاركات ومنح أخرى ويعد مكتب الشؤون التربوية والثقافية في وزارة الخارجية الأمريكية الذراع التنفيذي لبرنامج فولبرايت[4].

---

(1) The Fulbright program http:// us. Fulbright on line. Org/ about. Html. 4-12-2006.

(*) بالطبع يقصد هنا الاجانب القاطنين في الولايات المتحدة اي غير الامريكيين لأن البرامج الثقافية هذه مخصصة للاجانب.

(2) J. Wiliam Fulbright Foreign Scholar ship Board, annual report 2004- 2005. P2.

(3)The Fulbright program http:// us. Fulbright on line. Org/ about. Html. 4- 12-2006.

(**) بلغت التخصيصات المالية لبرنامج فولبرايت لسنة 2006 (254.560.468) مليون دولار أمريكي شاركت فيها وزارة الخارجية ووزارة التعليم انظر:-

J. Wiliam Fulbright Foreign Scholarship Board, annual report 2003- 2004.p. 49.

(4)J. Wiliam Fulbright Foreign Scholarship Board, annual report 2004- 2005 p.40.

ويقدم البرنامج منحاً سنوية في كل حقول الدراسة(***) وتشمل الطلبة المتقدمين من أكثر من (140) بلداً حول العالم(1). وقد طور مكتب شؤون التعليم والثقافة (Bureau of Educational and cultural affair's) الذي يرمز له (ECA) ثلاثة أنواع من المنح الجامعية التي توفر فرص التبادل الثقافي لطلاب الزمالات وتوسع خبراتهم(2).

وقد أطلقت مؤسسة فولبرايت سنة 2004م "مشروع فولبرايت للاتصال بين القادة" بهدف تطوير (1.500) شخص بارز ومعروف عالمياً ، ويسمى المشروع أيضا برنامج (فولبرايت- هايز) الذي كان قد أطلق سنة 1961 فيما يطلق عليه الان برنامج الزائر الدولي ، الذي يتم بموجبه جلب قياديين من جميع أنحاء العالم كل سنة للتشاور مع نظرائهم ، وهؤلاء الزوار هم من الزعماء الحاليين او زعماء محتملين في الحكومة أو السياسة أو أجهزة الأعلام والحقول الأخرى(*)، حيث يتم اختيارهم أو ترشيحهم من قبل المسؤولين الأمريكيين(3).

وهناك أكثر من (200) رئيس دولة حاليون، وسابقون، فضلاً عن (1.500) وزير وشخصية حكومية وزعيم حزب شاركوا لحد ألان في هذا

(***) اكد الرئيس الامريكي جورج بوش في مؤتمر صحفي مشترك مع رئيس الوزراء العراقي الحالي نوري المالكي في البيت الأبيض يوم 24 تموز/ يوليو سنة 2006 ان الولايات المتحدة ستستقبل الصيف القادم عام 2007 مئتي شخص من الطلبة العراقيين وقال بوش "ان البرنامج يرمي إلى تعزيز التفاهم المتبادل، والقيادة والترقية التربوية وتجسيد الديمقراطية بين الجيل المقبل من الزعماء العراقيين". ووصفا البرنامج بأنه "واحد من العديد من المبادرات الجديدة التي نقوم بإطلاقها من أجل **توفير الفرص للشعب العراقي**"، مضيفا أن البرنامج "سيكون أكبر برنامج من نوعه، وإنه سيساهم في **تنشئة الجيل المقبل من الزعماء من أجل قيام عراق حر وديمقراطي**". قناة الحرة، **متابعة شخصية** ، 2006/7/24.

(1)Program history http://us Fulbright. Org/ about program history html.

(2) J. Wiliam Fulbright Foreign Scholarship Board, annual report 2004- 2005. p63.

(*) شارك في هذا البرنامج مجموعة من العراقيين والافغانيين عام 2005.

(3) International visitor Leader Ship program: http://exchanges. State. Gov/educational irp:16- 3- 2006.

البرنامج[1] من بينهم رئيس الوزراء البريطاني توني بلير والرئيس الهندي، الذين عادوا لبلادهم وهم يتبنون الثقافة الأمريكية[2] ويؤشر هذا البرنامج انتهاج الدبلوماسية الشعبية الأمريكية استراتيجية جديدة في برنامجها الثقافي، الذي يحقق نتائج متراكمة وبعيدة المدى فبعد أن كانت برامجها الثقافية تحرص على التأثير على الجمهور والقواعد الشعبية وبعض قادة الرأي من الأكاديميين، انتقل هذا البرنامج إلى التأثير على قادة الدول ورؤساء الأحزاب وحتى القادة المحتملين عن طريق برنامج فولبرايت لتأهيل القادة ، وبذلك يصبح التأثير باتجاهين متعاكسين من القاعدة إلى القمة ومن القمة الى القاعدة فيما كانت تلك البرامج تحاول التأثير على أفكار الجماهير لإجبار القادة السياسيين على انتهاج سياسة لا تتعارض مع المصالح الأمريكية أصبح التأثير أيضا من القمة أو القادة وبذلك تضمن الولايات المتحدة أن يزرع هؤلاء القادة أفكاراً وثقافات معينة.

برنامج زمالات هوبرت همفري

Hubert Humphrey Fellowship program

تأسس هذا البرنامج عام 1978، حيث يراعى الكفاءات المتوسطة من الأجانب[*] لجلبهم إلى الولايات المتحدة للدراسة لمدة سنة كما يتم خلال ذلك اختبار مهاراتهم، وقد ازداد عدد الطلبة من العالمين العربي والإسلامي بعد احداث 11 أيلول/ سبتمبر حيث تم قبول (56) طالباً من اصل (137) للسنة الدراسية 2003-2004 أي بنسبة (41٪) من المجموع الكلي لعدد الطلاب الوافدين[3] على هذا

(1)I bid.
(2) United States Advisory commission on public diplomacy, annual report, 2004. p. 18.
(*) لا يسمح هذا البرنامج وجميع برامج التبادل الثقافي والتعليمي في الولايات المتحدة لحاملي الجنسية الأمريكية التقدم للبرنامج حتى وان كانت جنسيته الأمريكية هي الثانية. انظر: برنامج همفري للمنح الدراسية http:// www. Iie. Org. 13-5-2006.
(3)Edward p. Djevejian, changing minds winning op. cit. p 46.

البرنامج وتؤكد نسبة إقبال مواطني الدول ذات الأغلبية المسلمة على هذا البرنامج أهمية هذا البرنامج وخاصة بعد أحداث 11ايلول/ سبتمبر 2001م.

وقد كلف مشروع زمالات هوبرت همفري (6000.000$) دولار أمريكي وهو غير مكلف قياساً ببرامج الدبلوماسية الشعبية الأخرى وقد أجرى هذا البرنامج منذ عام 1978 (3500) زمالة[1] لأكثر من مئة وأربعين بلداً ، ويعد هذا البرنامج احد أهم برنامجين لتبادل الزمالات الدراسية إضافة إلى برنامج فولبرايت . ويمول هذا البرنامج كبقية برامج التبادل الثقافي من قبل الكونغرس بواسطة وزارة الخارجية الأمريكية ومكتب الشؤون التربوية والثقافية[2].

كما تشرف وزارة الخارجية على القبول بهذا البرنامج عن طريق السفارات والمنظمات الأمريكية المنتشرة لتأسيس شراكات وعلاقات بعيدة المدى بين مواطني الولايات المتحدة ونظرائهم في البلدان الأخرى[3].

ويدير برنامج همفري للتبادل الثقافي وبالتعاون مع وزارة الخارجية الأمريكية معهد التعليم الدولي (iie) وهو وكالة تبادل تربوية غير ربحية خاصة[4].

توجيه برامج تلفزيونية للأطفال:

التعليم أو الغرس الثقافي الذي تسعى الوسائل الثقافية الأمريكية الى احداثه لم يقتصر على فئات عمرية معينة من الشباب، بل اتخذ البرنامج الثقافي نوعاً جديداً من الاتصال بالأطفال في العالم العربي عندما أطلقت مؤسسة موزائيك الخيرية في العاصمة واشنطن برنامجاً للأطفال يشابه برنامج "شارع السمسم" أسمته "موزائيك السمسم" منتصف سنة 2006 ويستهدف نوعية الأطفال ممن لم يبلغوا بعد

(1) GAO "U.S public diplomacy state department Expands Efforts but faces significant challenges. op. Cit. p6.
(2) Hubert H. Humphrey Fellowship program http:// www. Iie.org template= 1 program .13-5-2006.
(3) Evaluation of the Hubert H. Humphrey fellowship program. Annual report. 2000. p3.
(4)Hubert H. Humphrey Fellowship program op. cit.

سن الالتحاق بالمدارس في العالم العربي بأهمية الاحترام المتبادل وأساسيات القراءة والكتاب ومهارات الحساب والرياضيات.

ولم تكتف جهود الدبلوماسية الشعبية في هذا المجال بالبرنامج فقط بل استضاف من مؤسسة "موزائيك" السيد "لورا بوش" في حفل خيري يوم 9/ أيار/2006م لافتتاح البرنامج وقد ألقت "لورا بوش" خطاباً تحت عنوان" التعلم طريق ذو اتجاهين" قالت فيه "أن معرفة القراءة والكتابة هي أساس الحرية الشخصية، كما أن القدرة على القراءة، وعلى اختيار ما تقرأ، هي ما يشكل معتقداتنا وعقولنا وشخصيتنا"[1] كما أعلنت وزير الخارجية كوندوليزا رايس[2] عن منحه أمريكية تقدر بـ(8.5) مليون دولار لبرنامج مشترك تنفذه الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية وبالتعاون مع "ورشة السمسم" فضلاً عن الحكومة الاندونيسية لإنتاج نسخة خاصة من برنامج "شارع السمسم" لأطفال اندونيسيا وفضلاً عن البرامج السابقة عملت الولايات المتحدة على تنشيط بعض البرامج السابقة واستحداث برامج أخرى وهي[3]:

1. زوايا أمريكية (American corners): وهي عبارة عن مكتبات أو مراكز بحثية توجد في سفارات الولايات المتحدة أو في مبنى جامعة أو مكتبة، حيث تجهز بأجهزة الحاسوب والكتب والمجلات والمعلومات حول الحياة في أميركا وحول ثقافة المجتمع الأمريكي وسياسة حكومته، وتركز الزوايا الجديدة التي يبتغي فتحها على دول العالمين العربي

---

(1) مشروع برامج تلفزيونية جديدة للأطفال بهدف تحسين العلاقات بين الامريكين والعرب، نشرة واشنطن، وزارة الخارجية الأمريكية، 11/ أيار/ مايو 2006.

(2) رايس تعلن منحة لأطفال اندونيسيا، نشرة واشنطن، وزارة الخارجية الأمريكية، 3/ نيسان/ابريل 2006.

(3) كلمة باتريشيا هاريسون مساعد وزير الخارجية للشؤون الثقافية والتعليمية إمام لجنة الشؤون الدولية في مجلس النواب يوم 19 آب/ اغطس 2004، مصدر سابق.

والإسلامي، فبعد فتح أكثر من (140) زاوية في مناطق مختلفة من العالم بخطط لافتتاح (60) زاوية أخرى في مناطق اخرى.

2. أطلاق برنامج التواصل الثقافي "دلتثر كونكيت" الذي يعتبر بحثاً في حجر الزاوية للدبلوماسية الثقافية الأمريكية حيث يتم اختيار الرجال والنساء الأمريكيين الذين برزوا في الآداب والفنون والرياضة والميادين الأخرى ليستخدموا كسفراء ثقافيين في الخارج.
3. مبادرة المواطنين الدبلوماسيين، التي تتيح للمواطن الأمريكي فرصة مشاركة مهاراته وخبراته مع شعوب البلدان الأخرى بعد إرسالهم إلى دول مختلفة.

وقد أشارت دراسة عن الدبلوماسية الشعبية الأمريكية إلى ضرورة تنشيط الوسائل أو الأدوات الثقافية والاهتمام بها كونها تسعى إلى بناء علاقات طويلة الأمد مع الجمهور[1].

وعن أهمية الأدوات الثقافية في الدبلوماسية الشعبية يقول احد السفراء الامريكين عن الشعوب الأخرى "أنهم يتذكرون الأشياء الجيدة التي فعلناها لهم، بينما اتصالنا السياسي لا يذكر طويلاً وكثيراً" مضيفاً "أن الدبلوماسية الثقافية تعتبر تفكيراً بالمصالح طويلة المدى تمتد من خمس إلى عشرين سنة أو أكثر ولذلك فأن المستوى الثالث من الدبلوماسية الشعبية وهو مستوى بناء العلاقات طويلة الأمد بتحقيق عن طريق الأدوات الثقافية في الدبلوماسية الشعبية[2] وبهذا الخصوص تقول وزيرة الخارجية الأمريكية السابقة مادلين اولبرايت " أن الجزء الأوسط في سياسة الولايات المتحدة سيكون التجنيد الكامل للثقافة الأمريكية[3].

(1)Michele M. Fugiel. Op. cit. p. 17.

(2)Department of state, cultural diplomacy, op. cit. p. 15.

(3)Ibid, p3.

ثانياً- الوسائل الاقتصادية(*):

تشير الدلائل التي أفرزتها تطورات الإحداث التي أعقبت الحرب العالمية الثانية مروراً بالحرب الباردة، وحتى الوقت الحاضر تشير بوضوح الى أن اغلب برامج المعونة لم تمنح لأغراض إنسانية(**) وإنما تذهب إلى عدد قليل ومحدد من البلدان، وفي أحيان كثيرة انصبت على الدول التي لا تعاني من ضغط الحاجة للمعونة، ومن الملاحظ إن برامج المعونة الخارجية تخفي وراءها أهدافاً سياسية ودعائية تتوقع الدولة التي تقدم المعونة تحقيقها، حيث ينصب اهتمامها على التأثير في اتجاه السياسة الخارجية للبلد المستلم بحيث تضيع معه السياسة الخارجية للبلد المستلم متكيفة مع السياسة الخارجية للبلد المانح بما يعزز موقعها السياسي في المحافل الدولية أو يدفعها باتجاه تكون فيه أكثر صلابة تجاه الدول الأخرى وتكون عدوة للدولة المانحة(1).

كما تستخدم المساعدات الخارجية لكسب عقول وقلوب جماهير الدولة المتسلمة للمعونة وبالتالي تحسين صورة الدولة المانحة لدى الجمهور ولذلك سعت الولايات المتحدة إلى استخدام المعونات الخارجية في دبلوماسيتها الشعبية حيث أسست الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لتقوم بتلك المهام، وبذلك فان برامج المعونات والمساعدات الخارجية تكون باتجاهين الأول هو التأثير على حكومة البلد المتسلم للمعونة والثاني هو التأثير على جماهير تلك الدول وهو ما يهمنا في مجال الدبلوماسية الشعبية والمساعدات الأمريكية كانت وعلى مدى السنين السابقة تقدم

(*) هذه الوسائل تختص بالولايات المتحدة الأمريكية وربما تستخدم دول أخرى مجموعتين فقط فالوسائل المادية ربما تستخدمها الولايات المتحدة فقط كونها دولة ذات اقتصاد منتعش بينما لا تستخدم الدول الضعيفة مادياً الوسائل المادية لعدم استطاعتها ذلك.

(**) استخدام الاتحاد السوفيتي السابقة أيضا المعونات الخارجية لتحسين صورته لدى الشعوب الأخرى ولإعطاء صورة عن كونها القوة الكبرى المنافسة للولايات المتحدة الأمريكية وخاصة بعد تسلم خروشوف السلطة خلال ستينات القرن المنصرم .

(1) جودت كاظم غضيب، دور المساعدات في السياسة الخارجية رسالة ماجستير غير منشورة، المعهد العالي للدراسات القومية والاشتراكية، الجامعة المستنصرية، 1982، ص337.

دون أن يكون لها هدف اقتصادي يذكر[1]. فيما "ربطت الإدارة الأمريكية المعونات الاقتصادية التي تقدمها بالتحول الديمقراطي واحترام حقوق الإنسان والأقليات"[2].

وفي سياق استخدام الوسائل الاقتصادية في الدبلوماسية الشعبية بعد الحرب العالمية الثانية أعلنت الولايات المتحدة سنة 1947 مبدأ ترومان، الذي استهدف مساعدة اليونان وتركيا على اجتياز أزمتهما الاقتصادية، ودعم مقاومتهما للتهديد الشيوعي المتزايد[3].

كما انصبت جهود الولايات المتحدة في هذا المجال على بقية دول أوربا اذ التزمت الولايات المتحدة أولا بمشروع مارشال[*] الذي سمي على اسم جورج مارشال رئيس أركان الجيش الأمريكي كرد فعل عل سوء الأحوال الاقتصادية التي عانت منها أوربا آنذاك حيث ساعد المشروع في الحد من الضائقة المالية التي عانت منها أوربا[4] مستهدفاً من ناحية أخرى وحسب جورج مارشال نفسه "تكتيل دول أوربا الغربية ضمن نظام اقتصادي وسياسي يرتبط ارتباطاً وثيقاً ببلاده"[5].وقد رافق البدء بمشروع مارشال اتجاه سياسي أمريكي وهو مناوئة الشيوعية، خاصة وان المرحلة

---

(1) محمد حمدي الحجار، سيكولوجية الحرب النفسية الأمريكية الأسس والمبادئ والممارسة
http:// www. arab ceps. Com / psy war htm. 12. 7. 2005

(2) وليد عبد الحي، علاقة السياسة الخارجية الأمريكية بالتحولات الديمقراطية بالوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، العدد 267، مايس، 200، ص 60.

(3) إسماعيل صبري مقلد، الاستراتيجية والسياسة الدولية، بيروت مؤسسة الإيمان العربية، 1979، ص589.

(*) كان مشروع مارشال في جوهره برنامج منح بتكلفة قصوى بلغت (17000) مليون دولار و بعد زمني اقصاه اربع سنوات، هدفه تعمير تلك الدول التي انهكتها الحرب العالمية، وكان دافع الولايات المتحدة من تقديم هذه المنح واضحاً وهو التأثير على شعوب تلك الدول والعودة الى الاستقرار وكما عبر عنه جورج مارشال نفسه عندها قال "بدون العودة بالعالم الى بنيانه الاقتصادي لا يمكن ان يكون هنالك استقرار سياسي او اقرار للسلم"

انظر: جودت كاظم غضيب، مصدر سابق، ص15.

(4)المصدر نفسه.

(5) موسى حبيب ابونا ، الاقتصاد يحكم العالم ، لندن ، للاعلام والنشر 1996 ، ص50.

الأولى من الحرب الباردة قد اشتدت اثر اعتماد الشيوعية كنظام سياسي في صيف سنة 1949[1].

وقد تمحورت المساعدات التي قدمتها الولايات المتحدة للدول التي أسمتها في خمسينات القرن الماضي بدول الدفاع الأمامي على جانبين:

الأول: عسكري لمنع الخطر الشيوعي عنها.

الثاني: إنساني للاحتفاظ بمساندة الرأي العام في تلك الدول للنظام السائد وعدم التأثر بالشيوعية.

إما المعونات الاقتصادية التي تقدم في الوقت الحالي فتهدف[*] إلى:

1. خلق الاستقرار أو عدم الاستقرار السياسي في البلدان المتسلمة للمعونة.
2. تغيير السياسات الخارجية والداخلية للدول المتسلمة للمعونة.
3. كسب الرأي العام في الدول التي تتسلم المعونة.

ويعتبر الهدف الثالث هو ميدان الوسائل الاقتصادية في الدبلوماسية الشعبية الأمريكية.

وفيما ركزت المساعدات الاقتصادية الأمريكية على دول أوربا أثناء الحرب الباردة فإنها ركزت على الدول الحديثة التي انسلخت عن الاتحاد السوفيتي السابق عقب انهياره سنة 1992م، أما المرحلة التي أعقبت 11 أيلول/ سبتمبر فقد استهدفت الوسائل الاقتصادية دول العالمين العربي والإسلامي كجزء من تنفيذ التوصيات التي

(1) جودت كاظم غضيب، مصدر سابق، صـ 15.

(*) تستخدم الولايات المتحدة الأمريكية المعونات للضغط والمساومة لجعل الدولة المتسلمة للمعونة تغير اتجاهاتها وسياساتها ومواقفها التي تكون أما أنها تمس مصالح أمريكا وتعرقل تنفيذ سياساتها او تمس مصالح دولة ترتبط بمصالح معينة مع الولايات المتحدة أو لدفع الدولة المستلمة للمعونة باتجاه يعادي دولة ثالثة لا تتفق سياساتها مع سياسات الولايات المتحدة او على اقل تقدير ضمان حيادية الدولة المستلمة للمعونة بشأن قضية معينة كما تحاول الولايات المتحدة عن طريق المعونات كسب أصوات الدول في المحافل الدولية والإقليمية واستخدامها لتسوية نزاعات إقليمية.
انظر: جودت كاظم غضيب، مصدر سابق، ص278.

أكدتها مراكز الدراسات والبحث الحكومية الأمريكية للحد من اتجاه شعوب هذه البلدان بالكراهية للولايات المتحدة او لامتصاص غضب تلك الشعوب من السياسات الأمريكية الحالية وفقاً لقانوني "الأمن المتبادل" و "المعونة الغذائية" وتأخذ المعونة الأمريكية أربعة أشكال[1]:

الأول: منح للأغراض العسكرية.

الثاني: قروض التدعيم الاستثمارات الأمريكية الخاصة.

الثالث: المنح التي تنفذها لمساعدة الدول على مواجهة الكوارث والمجاعات فضلاً عن الاحتياجات العاجلة الأخرى التي تحتاجها بعض البلدان في أزمات معينة وسمة هذا النوع من الدعم إنساني والهدف منه تحسين صورة الولايات المتحدة.

الرابع: القروض التي تمنح لمشروعات التنمية الاقتصادية

يرتبط استخدام المعونات الاقتصادية في الدبلوماسية الشعبية بنوع من الدعاية وتسمى "الدعاية من خلال الحركة" أو "الدعاية بالفعل "Propaganda of the Dead" حيث تستخدم تلك المعونات ليس بدافع الرغبة الإنسانية بل للتأثير في أراء الجماهير في الدولة التي تتلقى المعونة[2].

وقد عينت وزيرة الخارجية الأمريكية كوندوليزا رايس في بداية كانون الثاني سنة 2006 مديراً للمعونات الخارجية يتولى صلاحية التخطيط والتنفيذ والإشراف على مجمل المعونات الخارجية، وذلك لتوحيد جهود وبرامج المعونات، وقد أوضحت راميس إن برامج المعونات كانت مجزاة بحيث لا يمكننا التخطيط لها وفق سياسة متماسكة تتفق مع أهداف السياسة الخارجية[3].

(1) المصدر نفسه، ص18.

(2)حميدة سميسم، الحرب النفسية ، مصدر سابق، ص 112.

(3) رايس تعين رئيساً للمعونات الخارجية، نشرة واشنطن، وزارة الخارجية الامريكية ،20 كانون الثاني 2006.
http:// us info state. gov. -22-1-2006.

تأخذ الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID) باعتبارها مؤسسة رسمية تختص بتقديم المعونة الأمريكية تأخذ على عاتقها تحديد نوع وكمية المساعدات المقدمة على مستوى التنمية في البلد المتسلم للمعونة.

ويتضح مما سبق إن برامج المعونات الأمريكية يعمل على تحقيق عدة أهداف من بينها كسب الرأي العام في الدول التي تتسلم تلك المعونة فضلاً عن إظهار صورة الولايات المتحدة الأمريكية بمظهر الدولة الراعية للشعوب الأخرى والحاملة للقيم الإنسانية، أي أن المعونات تستهدف في الوقت نفسه:

1. الدولة المتسلمة للمعونة ككيان سياسي.
2. شعب الدولة المتسلم للمعونة.
3. الشعوب الأخرى التي تزود بمعلومات عن تلك المعونات.

ثالثاً- وسائل الإعلام:

عمدت الدول الغربية وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية على انتهاج أسلوب جديد لغزو عقول الشعوب[1] معتمدة في ذلك على التطورات التي حصلت في التقنيات وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث وظفت تلك التطورات في مجال إظهار حقيقة التطور التقني والفكري للدول الغربية[2]. ولذلك فأن دول الشمال ولاسيما أمريكا استطاعت توظيف وسائل الإعلام والثقافة من اجل إخضاع دول الجنوب ثقافياً وفكرياً[3].

ويبرز دور وسائل الإعلام في الدبلوماسية الشعبية عن طريق دورها في تكوين الصورة الذهنية وتعديلها وكذلك تكوين الاتجاهات وتعديلها ولذلك خصصت

(1) محمد عباس نور الدين، الخلفية الايدولوجية للاعلام الغربي، مجلة المستقبل العربي العدد 199، ايلول، 1999، ص 68.

(2) ياس خضير البياتي، الاستراتيجية الامريكية للغزو الاعلامي، مجلة شؤون سياسية، بغداد، العدد 2، 1994، ص49.

(3) عبد الخالق عبد الله، العالم المعاصر والصراعات الدولية، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، العدد 133، كانون الثاني ، 1989، ص208.

العديد من وسائل الإعلام وخاصة الإذاعية منها لتحقيق أهدافها بالدبلوماسية الشعبية الأمريكية.

وفيما يعتبر المسئولون الأمريكيون الدبلوماسية الشعبية ستراتيجية مهمة في حرب الولايات المتحدة ضد الإرهاب فان ستراتيجية الدبلوماسية الشعبية الأمريكية تقوم على الاتصال والترابط مع الشعوب الأخرى لمحاولة إيجاد فهم مشترك عن طريق إيجاد مستقبلين يقومون بتهيئة الأجواء المناسبة لسياسة الولايات المتحدة الأمريكية تجاه الدول الإسلامية(1).

وعن ذلك تقول مساعدة وزير الخارجية للشؤون التعليمية والثقافية باتريشيا هارسيون "ان الوسائل الإعلامية بكل إشكالها من الانترنت إلى المطبوعات والإذاعات تشكل عنصراً مهماً في الدبلوماسية الشعبية"(2).

وتعمل وسائل الإعلام الموجهة والخاصة بالدبلوماسية الشعبية على نشر ثقافة ونمط حياة الدولة الراعية للوسيلة الإعلامية الدولية فمثلاً إذاعة صوت أميركا التي لا تزال تبث باللغات واللهجات العالمية الأخرى غير العربية التي تحول قسمها العربي إلى راديو "سوا" تبث برامج تعرف بالحياة في أمريكا والهدف من هذه البرامج هو إحلال الثقافات الأمريكية وهي التي يصطلح عليها بالثقافات الفرعية بدل الثقافات الشاملة أو السائدة لدى الشعوب التي تتلقى الإرسال.

وتعد الثقافات الفرعية ذات أهمية من الناحية السياسية لأنها قد تستغل أثرها باتجاه معاكس لاتجاه الثقافة الوطنية العامة(*).

وتزداد أهمية الإعلام كوسيلة من وسائل الدبلوماسية الشعبية عن طريق دورها في السياسة الخارجية وينبع ذلك من تزايد مصالح الدول الكبرى في السياسة الدولية فوسائل الإعلام الدولية تعد وسيلة فعالة من وسائل تنفيذ السياسة

---

(1)Hady Amr. Op. Cit, p. 23.

(2)نص كلمة باتريشيا هارسيون، مصدر سابق.

(*) انظر عن الثقافة الشاملة صادق اسود، ص334- 337.

الخارجية(**) حيث تحقق أهداف السياسات الخارجية بواسطة المؤسسات الإعلامية الموكل إليها ممارسة الإعلام الدولي كالإذاعات والقنوات الفضائية والصحف والمجلات الدولية.

لقد أصبحت وسائل الإعلام وبفضل التطورات التكنولوجية الكبيرة التي شهدتها في أواخر القرن الماضي وبداية هذا القرن "من الأدوات الأساسية لنقل الحقيقة والمعلومات الجدية والترفيهية وأساليب الحياة وأنماطها في مختلف المجتمعات"[1].

ولا يقتصر دور وسائل الإعلام على تأثيرها كونها واحدة من أدوات الدبلوماسية الشعبية بل "إن لوسائل الإعلام دورا مهماً في المجتمعات عن طريق تأثيرها الثقافي الدولي الذي يكون قادراً على التغلب على الكثير من العوائق التي عملت في الماضي على جعل التشطير الاجتماعي والفكري يستغرق وقتاً أطول وربما كان ذلك من العوامل التي جعلت وسائل الإعلام تمس جوانب حساسة محلياً ودولياً فقد تغلبت على الزمن والمسافة التي عملت في الماضي على حماية الأوضاع الراهنة ونجحت تلك الوسائل في تغريب الشعوب وجعلت تأثير الثقافات الاجنبية للدول الكبرى المسيطرة على هذه الوسائل فعالة ومؤثرة[2].

(**) يتم تنفيذ السياسة الخارجية Implementation of foreign policy في اعقاب تشكليها باتباع وسائل سياسية واقتصادية وعسكرية واجتماعية وثقافية فضلاً عن الوسائل الاعلامية حيث يدخل في عداد الوسائل السياسية التمثيل الدبلوماسي والزيارات وممارسة دبلوماسية القمة ولكل تلك الوسائل هنالك جوانب اعلامية للمزيد انظر:

محمد علي العويني، مصدر سابق، ص28- 29.

(1) جيهان رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، مصدر سابق ص333.

(2) جيهان رشتي، الاثار الثقافية للاتصال عبر الاقمار الصناعية، مجلة الاذاعات العربية، تونس، العدد (2)، 1991، ص29- 30.

وتعد وسائل الإعلام من أهم الوسائل الثلاث للدبلوماسية الشعبية للأسباب الاتية:

1. توجه وسائل الإعلام لجمهور واسع وبذلك فإن التأثيرات المبتغى حصولها على الجمهور المستهدف تكون أوسع واعم عن طريق انتشارها المكاني الواسع[1].
2. إمكانية توجيه وسائل الإعلام إلى خارج الحدود وخاصة الإذاعة والتلفزيون، فالاذاعة التي أصبحت متاحة للجمهور الخارجي منذ انطلاق البث على الموجات القصيرة في الربع الأول من القرن الماضي لم تعد وحدها القادرة على تجاوز الحدود بل أصبح بالامكان توجيه برامج تلفزيونية عن طريق البث الفضائي الذي أصبح متاحاً منذ تسعينات القرن الماضي.
3. خصائص التأثير التي تمتلكها وسائل الإعلام المسموعة والمرئية من موسيقى ومؤثرات صوتية وصورية.
4. سرعة وصولها الى الجمهور وبالتالي عمدت وسائل الإعلام إلى الوصول إلى المتلقي قبل تأثير الدعاية المضادة التي تبثها الدول الأخرى.
5. قدرة وسائل الإعلام على تحقيق أهداف الوسائل والبرامج الأخرى للدبلوماسية الشعبية فالوسائل الثقافية التي تعتمد على برامج التبادل الثقافي وغيرها من البرامج أصبحت ممكنة الوصول إلى جمهور واسع غير الجمهور الذي يتلقى رسائل تلك الوسائل عن طريق الاتصال المواجهي، فقد أصبح من الممكن تثقيف جمهور أوسع بعرض معلومات وأخبار عن تلك البرامج والوسائل.
6. إمكانية تأثير وسائل الإعلام على جمهور أوسع من الجمهور الذي تؤثر عليه الوسائل الأخرى كالوسائل الاقتصادية، فبرامج المعونات الذي تقدمه الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية على سبيل المثال يصل إلى جمهور ضيق قد يتكون من أفراد يعيشون في دولة معينة او داخل مدينة تلك الدولة.. فيما تقوم وسائل الإعلام بنقل تلك المعونات وإخبارها إلى جمهور واسع يصل إلى العديد من الدول.

---

(1) محمد جاسم فلحي، صناعة العقل في عصر الشاشة: دور وسائل الاتصال الالكتروني في المجتمع المعاصر، عمان، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002، ص159.

7. الدور الوسيط الذي تؤديه وسائل الإعلام بين الحكومات والشعوب(1).

ويتبين الدور المهم لوسائل الإعلام في مجال تحقيق أهداف الدبلوماسية الشعبية في التقارير التي رفعتها اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية بخصوص الاعتماد على وسائل الإعلام وزيادة المنح المخصصة لها للقيام بدورها في مجال الدبلوماسية الشعبية(*).

كما تؤدي وسيلتا الإذاعة والتلفزيون دوراً فعالاً في الدبلوماسية الشعبية من الميزتين الاتيتين:

الاولى- الانتشار الواسع لهاتين الوسيلتين، فما تفعله النشرات والكتب والمؤتمرات وغيرها من تأثير يبقى على نطاق محدود مهما كبر حجم توزيعها وانتشارها ولا يمكن أن يجاري الأعداد الهائلة من الجماهير التي تصلها الوسيلتان المسموعة والمرئية.

الثانية- إن نشاطات الدبلوماسية الشعبية بمختلفها من مؤتمرات وندوات وبرامج دراسية وغيرها تعتمد مباشرة على هاتين الوسيلتين في تأثيرها الواسع فبرنامج فولبرايت مثلاً يؤثر في عدد معين وشريحة معينة ولكن أخبار هذا البرنامج والتقارير التي تبث حوله بواسطة الإذاعة والتلفزيون يمكن ان تشكل تأثيراً واسع المجال بين الجماهير المختلفة فتزرع عندهم صورة الدولة العظمى التي تساعد الطلبة من مختلف الدول وتمنحهم فرصة الدراسة والتعلم لخدمة بلدانهم.

---

(1) ادمون غريب، الاعلام الامريكي والعرب، مجلة المستقبل العربي العدد (260) سنة 2000، ص71.

(*) اوصى تقرير اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية لعام 2004 مثلاً ضرورة منح وضخ المزيد من الاموال للنهوض بقناة الحرة وراديو سوا وهما الجهازان الاعلاميان الموجهان للعالم الاسلامي منذ هجمات الحادي عشر من سبتمبر وحرب العراق.. وقد استطلعت اللجنة أراء الشارع العربي في سبع دول توصلت من نتائجها الى ان الالة الاعلامية الامريكية مازالت بعيدة عن طلب وعقل الجمهور العربي وهو ما اعتبرته اللجنة تحدياً للولايات المتحدة الامريكية، قناة الجزيرة انصات شخصي، تقرير اخباري، الخميس 30 ايلول 2004م موثق لدى الباحث.

تحديد سلم الاولويات Agenda- setting

أصبحت وسائل الإعلام جزءاً من العملية السياسية، حيث تؤثر أو تتأثر أو تشارك في بناء وتدمير الصور، وقد تجلى هذا الأمر بوضوح عندما انتقل الإعلام إلى المشاركة في صنع الأخبار وفي تحديد أجندة صناع القرار فضلاً عن تحديد أجندة الجماهير[1].

وتعد نظرية تهيئة جدول الأعمال أو ما يصطلح عليها بوضع الأجندة (Agenda-setting) التي وضعها ماكومبس وشو(Mecombs and Show) سنة 1968من أكثر النظريات المؤثرة في الاتصالات السياسية في السنين الأخيرة حيث ينصب تركيز هذه النظرية على العلاقة بين المحتوى الإعلامي والرأي العام والجدل الذي سيحدثه لدى الرأي العام بمرور الوقت[2].

ان دور وسائل الإعلام في تحديد سلم الولايات لدى الجماهير يعد من التأثيرات المعرفية لهذه الوسائل فليس للجمهور المتلقي سواء كان من عامة الأفراد أو من قادة الرأي سيطرة على الأنشطة الانتقائية لوسائل الإعلام التي تختار الموضوعات المحتملة للعرض أو تختار ما يتوفر من معلومات حول موضوعات بعينها إضافة إلى ذلك فأن وسائل الإعلام وعلى الرغم من عرضها معلومات حول مدى واسع من الموضوعات إلا أن الجمهور ليس لديه الوقت لتكوين اتجاهات او معتقدات حول كل شيء ولذلك عليهم اختيار عدد محدد من الموضوعات والقضايا ليهتموا بها وهذا ما يبرز أهمية تحديد سلم الاولويات[3] الذي يعتمد بدوره على مضمون الرسالة الإعلامية التي تتضمن تكوين صورة ذهنية لدى المتلقي خاصة إذا ما تكرر وضعها على اولويات الأجندة[4].

---

(1) ادمون غريب ، الاعلام الامريكي والعرب، مصدر سابق، ص71.

(2) Jarol B. Manbeim, Op.cit. P148.

(3)م. دي فلور وس. بال روكاخ، مصدر سابق، ص356.

(4)Jarol B. Manbeim . Op. cit.

وتعد فكرة أو نظرية وضع الأجندة، نقطة الانطلاق لتطوير مفهوم اطر العمل لتوضيح ممارسة الستراتيجية الدبلوماسية الشعبية فهي من جانب تتعامل مع عاملين مهمين في الدبلوماسية الشعبية وهما الإعلام والجماهير ومن جانب آخر فإن إحدى الثوابت المركزية في الإعلام تقول بان الإعلام لا يخبر الناس بعدم التفكير وإنما يخبرهم بما يجب التفكير به[1].

وقد ذكرت هذه العبارة أول مرة من قبل برنارد كوهين (Bernard Cohen) في اطروحته المقدمة عام 1963م حول تأثير وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية والتي أكدت أيضا أن وسائل الإعلام تسهم كثيراً في ترتيب الاولويات عند الجمهور كما تقوم بمهمة تعليم الجمهور وتوجيههم نحو الأشياء التي يفكرون بها وتتضمن الأجندة الإعلامية ثلاثة محاور رئيسية جعلت منها نظرية مهمة في مجال استخدام وسائل الإعلام في الدبلوماسية الشعبية وهذه المحاور هي[2]:

1. *الرؤية*: وهذا المصطلح يشير إلى وضوح التغطية التي يوفرها الإعلام لأي ممثل أو حدث أو موضوع، وقد أظهرت البحوث التي جرت على مدى العقود الماضية بأن عوامل مثل موقع الحدث وعدد النشرات والإعلان وحجم عناوين الأخبار المرئية بطريقة مكثفة في وسائل الإعلام هي الأكثر انتقالاً إلى أجندة الجماهير.
2. *محتوى الأخبار*: فالأخبار ذات العلاقة والتي توضح وتلمح الى احتياجات الجمهور عن طريق تضمينها لإشارات او دلالات لبعض العوامل المهمة لدى المجتمع مثل استقرار المجتمع، والأمن الاقتصادي والرخاء العام فضلاً عن أنها تكون مفضلة لديه وفي سلم اولوياته.

---

(1) صالح خليل ابو اصبع، المدخل الى الاتصال الجماهيري، عمان، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، 1998، ص212- 213.

(2)Jarol B. Manbeim, Op. cit. P148-149.

3. إن الإعلام لا يخبر الناس بما يجب التفكير به ولكن يقترح أن تكون الوسائل الإعلامية مغلفة بتلميحات تنقل آراء حول الأهداف التي يراد الوصول إليها عبر الأخبار والتي لا يتحسسها جمهور المشاهدين والمستمعين.

ويرى الباحث إن أخبار الدبلوماسية الشعبية تحاول إحداث تغييرات في اتجاهات الجماهير عن طريق التأثير على سلم اولوياتهم واهتماماتهم بقضايا بعينها مثل الديمقراطية والحرب على الإرهاب والمجتمع المدني، كما تحاول الولايات المتحدة تصدير نمط الحياة الأمريكية.

ولذلك عدت تأثيرات وسائل الإعلام في مجال الدبلوماسية الشعبية من التأثيرات بعيدة المدى، حيث تعتمد وسائل الإعلام في برامج الدبلوماسية الشعبية على الأخبار أو ما يصطلح عليها بأخبار الدبلوماسية الشعبية للتأثير على الجمهور.

إن ترتيب الاولويات أو وضع الأجندة كوظيفة تأثيرية لوسائل الإعلام تتمثل عملياً في صنع الثقافة السياسية للجمهور حيث تربط بين تصور أو إدراك الناس للواقع السياسي وبين الشؤون والاهتمامات السياسية اليومية كما تعمل وسائل الإعلام عن طريق وضع الأجندة على تحقيق الإجماع حول بعض الاهتمامات عند الجمهور التي يمكن أن تترجم فيما بعد بأعتبارها رأياً عاماً.

رابعاً. أهمية الدبلوماسية الشعبية في السياسة الخارجية الأمريكية:

لكل دولة مستقلة ذات سيادة من دول العالم سلوكٌ خارجيٌ تتبعه في تفاعلها مع الدول الأخرى الموازية لها في الاستقلال والسيادة ويسمى هذا السلوك التفاعل بـ "السياسة الخارجية التي تدور أساسا حول مصالح تلك الدولة وماهيتها وكيفية تحقيقها ووسائل تنفيذها"[1].

(1) سوسن اسماعيل العساف وايناس عبد السادة، مصدر سابق، ص1.

ويعتبر تحقيق الأمن السياسي والاقتصادي والعسكري من أهداف السياسة الخارجية لأي بلد، ولذلك فإن عدم الأمن (Insecurity) ينبع من عدم استطاعة الجهور معرفة او استنتاج الأهداف النهائية للسياسة الخارجية للدول الأخرى[1] وتعتبر الدبلوماسية الأداة المركزية للسياسة الخارجية، ونظراً للتداخل الملحوظ بينهما، فإنه كثيراً ما يتم الخلط بينهما بيد ان السياسة الخارجية في مقدمة الأمر ما هي إلا خطة أو دليل أو مضمون الجهود التي تبذلها الدولة لتحقيق مصالحها أو أهدافها إزاء الدول الأخرى، في حين تعد الدبلوماسية القوة المحركة التي تنتقل بها هذه السياسة إلى الخارج وتكتسب فاعليتها[2] فالدبلوماسية لا تصنع السياسة الخارجية ولكنها تبقى الأداة السلمية التي تستخدم لسقياها[3].

حدد وليم ارتنر (Weleam Artner) نائب رئيس مجلس كبار موظفي الإدارة الأمريكية في عهد الرئيس الأمريكي بيل كلنتون أهداف السياسة الخارجية الأمريكية بثلاثة أهداف هي:[4]

1. دعم الدول الديمقراطية وخصوصاً الحديثة منها، والانتقال إلى الديمقراطية واقتصاد السوق عبر تقديم الغطاء المعلوماتي للقوى المعادية لأمريكا أو الداعمة لاستمرار سياسة السوق.
2. محاولة فرض التغيير من الداخل على دول ما زالت في الخط المعادي لأمريكا عبر تشجيع القوى المطالبة بالديمقراطية في الداخل عن طريق تقويض التماسك الداخلي لهذه الدول.

---

(1) احمد بدر، الرأي العام، طبيعة تكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، القاهرة، دار قباء للطباعة والتوزيع، من دون سنة نشر، ص295.

(2) السيد عليوة، مصدر سابق، ص429.

(3) كاظم هاشم النعمة، العلاقات الدولية، الموصل، دار الكتب للطباعة والنشر، 1972، ص265.

(4) غسان مكحل، الانترنت والسياسة الخارجية الامريكية، مجلة شؤون الشرق الاوسط، العدد 100، تشرين الثاني، 2000، ص47.

3. تأمين معلومات تساعد الزعماء والجماهير في تلك الدول على منع انتشار الحملات الدعائية المضادة لامريكا وتوضيح الاتهامات الموجهة اليها.

وبواسطة تلك الأهداف يتبين ان دور وأهمية الدبلوماسية الشعبية في تنفيذ أو تحقيق أهداف السياسة الخارجية وليس في عملية صنع السياسة الخارجية وبذلك فأن برامج الدبلوماسية الشعبية تكون وسيلة من وسائل تحقيق أهداف السياسة الخارجية يستخدمها صناع السياسة للوصول إلى غاياتهم.

اعتمد الفكر الستراتيجي الأمريكي منذ نشأة الولايات المتحدة الأمريكية عام 1776 على ثلاثة مكونات بنيوية هي المكونات الفكري والمكون السياسي الأمني فضلاً عن المكون الستراتيجي العسكري[1].

ويتم تنفيذ السياسة الخارجية (Implementation of Foreign policy) في أعقاب تشكيلها وذلك بأتباع وسائل مختلفة ومتعددة فالوسائل السياسية والاقتصادية والعسكرية والإعلامية فضلاً عن الوسائل الاجتماعية والثقافية...التي تشمل تقديم المنح الدراسية وتدعيم العلاقات بين المؤسسات الثقافية والاجتماعية بين الدول المعينة وتبادل الكتب والنشرات والأفلام التسجيلية وتشجيع السياحة وتبادل الزيارات.. ويعد الإعلام الدولي وسيلة فعالة من وسائل السياسة الخارجية فوسائل الإعلام تسيطر لتحقيق أهداف السياسة الخارجية من خلال المؤسسات الإعلامية الموكل إليها ممارسة الإعلام الدولي[2] ويبرز دور وسائل الإعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية بالنسبة للدول الكبرى من تزايد مصالح هذه الدول وتزايد دورها في السياسة الدولية ولذلك فهي تعمل على تقوية

---

(1) للمزيد عن المكونات البنيوية للفكر الستراتيجي الامريكي انظر اديم وضاح اسماعيل الجبوري، منهج التفكير الاستراتيجي الامريكي بعد الحرب الباردة: دراسة مظاهر التغير، رسالة ماجستير غير منشورة كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد 2005، ص12- 56.

(2) محمد علي العويني، مصدر سابق، ص29.

الوسائل المختلفة لسياستها الخارجية في سعيها لتحقيق مصالحها[1] حيث تعد وسائل الإعلام الذراع الطويلة للسياسة الخارجية الأمريكية لأنها تقوم بعملها "كوسيلة رئيسية للاتصال بين الحكومة والمحكومين، وبتقديمها أهم مصدر للمعلومات والتحليلات البديلة للجمهور بوجه عام، فأنها تعمل باعتبارها المعلم الأساسي للأمة عن مسائل السياسة الخارجية"[2].

أي أن دور وسائل الإعلام في السياسة الخارجية يتحقق من خلال:

أ- دورها في صنع السياسة الخارجية وهو أمر داخلي أي يختص بالجمهور الداخلي.

ب- دورها في تنفيذ ونجاح السياسة الخارجية وتبريرها لدى الجمهور الخارجي وهو أهم ما تهدف إليه الدبلوماسية الشعبية.

وبذلك فأن وسائل الإعلام الأمريكية الموجهة للجمهور الخارجي تعمل على إيجاد الطريقة المناسبة للترويج للسياسة والمثل الأمريكية في المجتمعات الأجنبية[3].

وقد أكدت لجنة الشؤون الخارجية في الكونغرس الأمريكي في تقرير لها صدر عام 1964 حول "كسب الحرب الباردة والعمليات العقائدية والسياسة الخارجية" ما يكشف عن أسلوب التفكير الأمريكي بهذا الخصوص، حيث أشار التقرير إلى إمكانية تحقيق الولايات المتحدة بعض أهداف سياستها الخارجية من التعامل المباشر مع شعوب الدول الأجنبية بدلاً من التعامل مع حكوماتها باستخدام الأدوات الحديثة والتطورات في عالم الاتصال التي تتمكن من الوصول إلى قطاعات كبيرة ومؤثرة من السكان في تلك البلاد ويضيف التقرير يمكننا "أن تقوم بإعلامهم والتأثير في اتجاهاتهم بل ويمكن في بعض الأحيان أن نحرضهم على سلوك

---

(1) المصدر نفسه، ص30.

(2) سيمون سيرفاتي، وسائل الاعلام والسياسة الخارجية، ترجمة محمد مصطفى القاهرة، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، 1995، ص22.

(3) مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، القاهرة، دار المعارف 1982، ص185.

طريق معين، وهذه المجموعات "حسب التقرير يمكنها ان تمارس ضغوطاً ملحوظة وحاسمة على حكوماتها"[1].

أهداف الدبلوماسية الشعبية الأمريكية:

أن الهدف المباشر من الدبلوماسية الشعبية الأمريكية وسياستها الخارجية بعد أحداث 11ايلول/ سبتمبر هو بناء العلاقات وتوجيهها نحو الدول ذات الأغلبية المسلمة لتكون الخطوة الأولى في الطريق الذي يعزز الأمن القومي.

وقد أكد تقرير ستراتيجي صدر عام 2004 "بعنوان الحاجة إلى الاتصال: كيف يمكن تطوير الدبلوماسية الشعبية الأمريكية مع العالم الإسلامي" أكد على تركيز الاهتمام على أهمية الدبلوماسية في تعزيز الأمن القومي للولايات المتحدة.

وتأمل الولايات المتحدة من الدبلوماسية الشعبية أمرين هما[2]:

1. أن تتمكن من إيصال سياستها وقيمها للخارج وهو أمر ضروري فالاتصال المؤثر والصريح للقيم الأمريكية السياسة الخارجية الأمريكية يعد عنصراً مهماً في تجنب المعارضين والمنظمين للحملات السياسية وتدخل هذه المسألة في مجال الاتصال بالعالم.
2. القيام بتحاور فعال لخلق تطورات في حجم الوعي المشترك وبناء اتصال طويل الأمد وثقة مستمرة مع الشعوب الأخرى.
3. التأثير على الرأي العام العالمي وبالتالي التأثير على عملية صنع القرار ما يتوافق والمصالح الوطنية للولايات المتحدة.
4. بناء وتعزيز التفاهم الثنائي وبناء جسور الثقة بين الأمريكيين من جهة والشعوب والمؤسسات الأخرى من جهة أخرى.

---

(1) تقرير دورة الكونغرس الثامنة والثمانين، رقم 1352، نيسان، 1964، نقلاً عن: سلام خطاب الناصري، الاعلام والسياسة الخارجية الامريكية، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، 2000، ص55.

(2)Hady Amr ,0. P. Cit. p.19.

5. إيصال القيم الإنسانية التي يعتنقها الأمريكيون وتحظى بالاحترام والتقدير من قبل شعوب ومؤسسات العالم.[1]

خامساً- تمويل برامج الدبلوماسية الشعبية:

شكلت عملية الانفاق على جهود الدبلوماسية الشعبية إحدى أهم العوائق التي اعترضت نجاح الدبلوماسية الشعبية الأمريكية ، وتشير التقارير إلى أن الانفاق على الدبلوماسية الشعبية للولايات المتحدة الأمريكية ارتفع بنسبة (9٪)[*] منذ أحداث 11ايلول/ سبتمبر، وهي زيادة خصصت اكثر من (50) منها للشرق الأوسط وجنوب آسيا ، حيث صرفت إدارة الرئيس جورج بوش (1) بليون دولار عام 2002 لمحاولة تحسين صورة الولايات المتحدة حول العالم الذي يعاديها وخصوصاً الدول العربية و الإسلامية أي ركزت الولايات المتحدة جهودها فيها[2] وفي عام 2003 طرأت زيادة طفيفة على ميزانية الدبلوماسية الشعبية ووسائل الإعلام الأمريكية الموجهة[3].

اما في سنة 2004م فقد ازدادت الميزانية الى اكثر من (145) مليون دولار وهو مبلغ لا يصل الى مستوى الحاجة لمؤسسات الدبلوماسية الشعبية إذ تنفق وزارة الدفاع هذا المبلغ بثلاث ساعات فقط، اما مبالغ المساعدات التي تمنحها الحكومة الأمريكية على شكل مساعدات او برامج تنمية عن طريق الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية فهي خارج نطاق الميزانية التي توضع للدبلوماسية الشعبية.

---

(1) Strategic Goal 11: public diplomacy and public Affairs http:// www. State. gov/ s/ d/ rm/ rls/ perf plan/ 2005/ html/ 2976. utm. 22. 8. 2005

(*) ازدادت ميزانية الدبلوماسية الشعبية من (544) مليون دولار الى (594) مليون دولار حيث ازداد تمويل جنوب شرق آسيا للدبلوماسية الشعبية من (24) مليون دولار الى (62) مليون دولار أي نسبة تبلغ (58٪) وقد حصلت دائرة الخدمات الخارجية على زيادة بلغت (15٪) انظر:

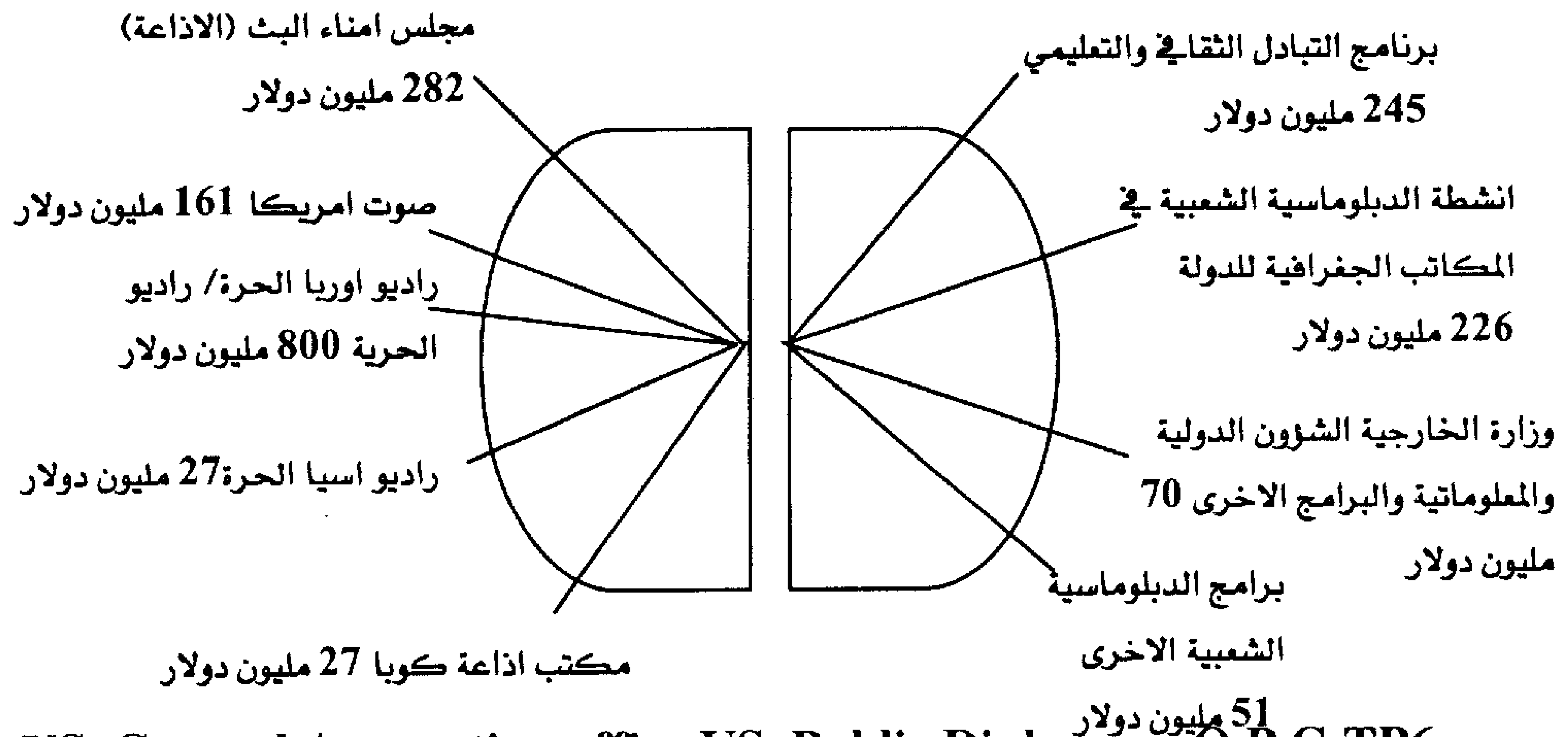
Government Accounting office (GAO) public diplomacy state department Expoanals Efforts bat foces significant challenged' 4. September. 2003, p.6.

(2)Carl Weiser:. Public diplomacy failures us toodag journal, G.9. 2003.

(3)انظر الشكل (3.3) والشكل (3.4).

الشكل (3.3)

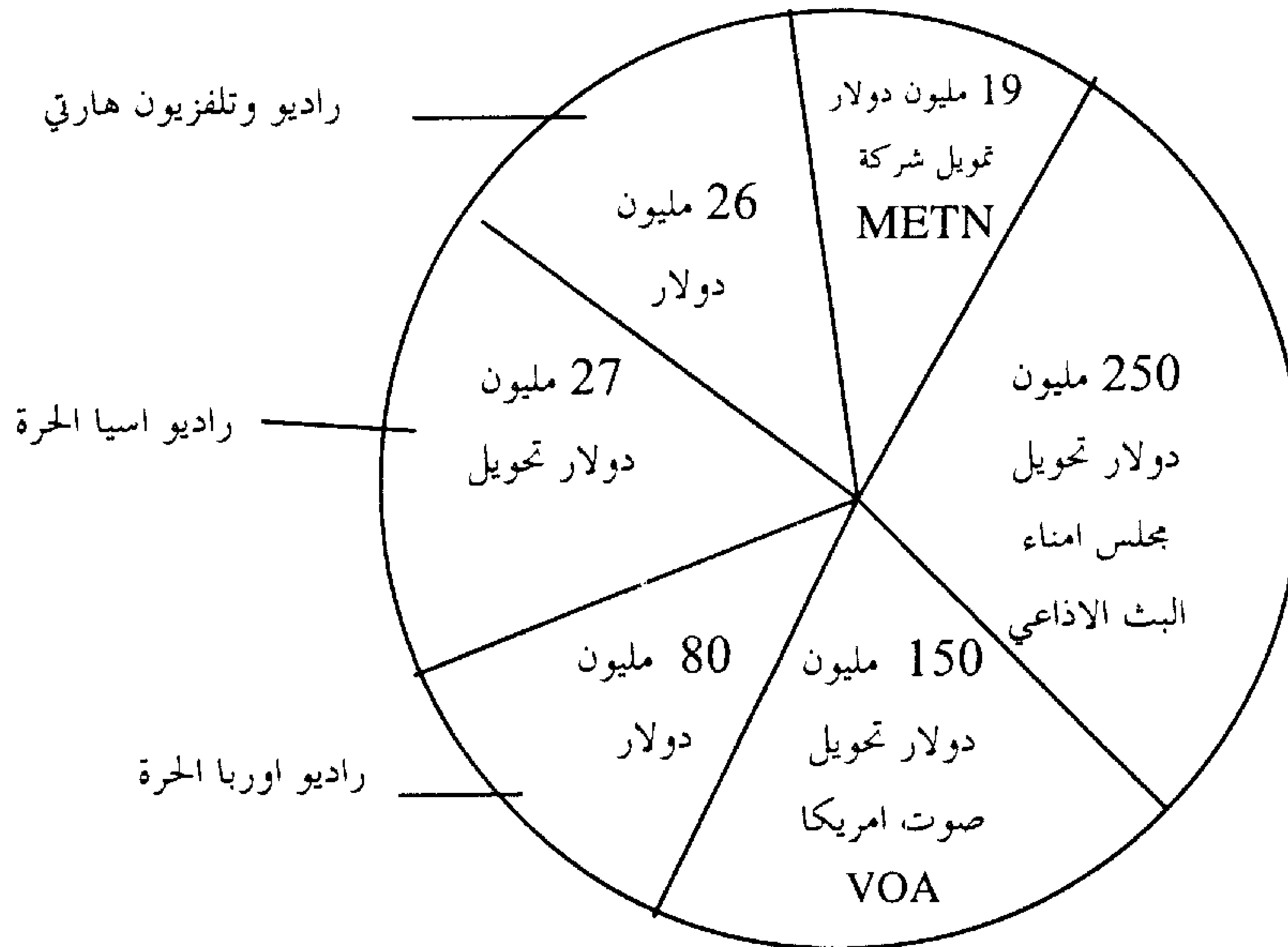
يوضح تمويل برامج الدبلوماسية الشعبية لسنة 2003



US. General Accounting office US. Public Diplomacy O.P.C:TP6

الشكل (3.4) يوضح تمويل مؤسسات الدبلوماسية

الشعبية الإعلامية الأمريكية لسنة 2003



Broad Casting Board of Governores, annual report 2004. P 6.

وقد اشارت نتائج تقرير صادر عن مكتب المحاسبة الأمريكي(*) سنة 2006 الى أن وزارة الخارجية الأمريكية ومجلس امناء الاذاعات يحوزان معاً على الجانب الاكبر من ميزانية أميركا لتحسين صورتها عبر العالم، اذ يتسحوذان معاً على (1.2) مليون دولار أمريكي وتحصل منها الخارجية الأمريكية على (597) مليوناً وفقاً لميزانية سنة 2005. ويؤشر التقرير أن (356) مليوناً من ميزانية الخارجية الأمريكية ذهبت لبرامج التبادل الثقافي الذي يشمل استخدام زوار واكاديمين اجانب لأميركا وتعليم الانجليزية لغير الاميركيين.. كما انفقت وزارة الخارجية الامريكية (68) مليون دولار على برامج معلوماتية تهدف الى توفير مزيد من المعلومات عن أميركا لشعوب العالم عن طريق مواقع الانترنيت ونشر المكتبات او الزوايا الأمريكية عبر العالم، وقد زاد الانفاق على برامج الدبلومسية الشعبية الأمريكية بين عامي 2004 و 2006 بنسبة (21٪) وذهبت النسبة الاكبر من هذه الزيادة الى البرامج الموجهة للعالم الاسلامي.

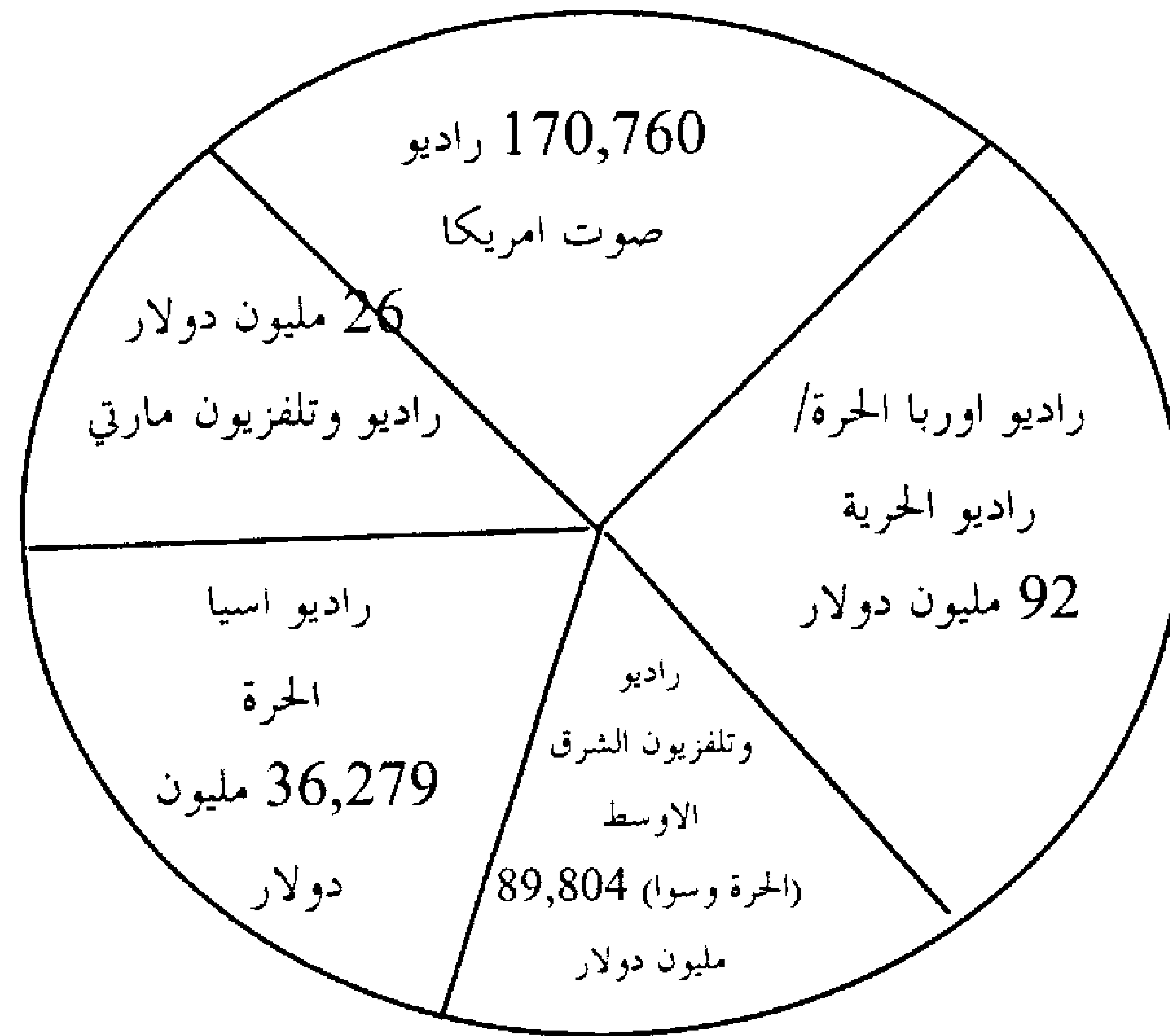
لقد بلغ اجمالي انفاق وزارة الخارجية على برامج الدبلوماسية الشعبية وكل اذاعاتها الدولية ما يزيد بقليل عن البليون دولار وهو تقريباً المبلغ نفسه الذي تنفقه بريطانيا او فرنسا على جهود الدبلوماسية الشعبية وهما دولتان تمثلان خمس حجم الولايات المتحدة ولا تزيد ميزانيتا الدفاع لديهما عن (25٪) من ميزانية الدفاع الامريكية(*).

(*) مكتب المحاسبة الامريكي، هيئة اميركية فدرالية مستقلة عن الحكومة وتعمل بالاساس كأداة في يد الكونغرس الامريكي لتقييم برامج السلطة التنفيذية لتحديد ما اذا كانت تلك البرامج تصب في الاهداف التي صممت من أجل تحقيقها وما اذا كانت برامج ناجحة او غير ذلك: انظر
http://www.gao. Gov/ abont. htm.13-7-2007.
United states government Accountability office, u.s. public diplomacy, state department efforts to engage Muslim Audiences lack certain communication elements and face significant challenges report May, 2006. p.6-7. http://www.goo.Gov. new items, do, 532.

(*) يقول جوزيف ناي مؤلف كتاب (القوة الناعمة او"القوة الهادئة")"من العجيب ان تنفق الولايات المتحدة على القوة العاتية اربعمائة ضعف ما تنفقه عل القوة الناعمة". وقد ذكرت مجموعة استشارية مكونة من الحزبين الجمهوري والديمقراطي في تقرير لها أن الولايات المتحدة تنفق على الدبلوماسية الشعبية في الدول الاسلامية مالا يزيد عن ((150)) مليون دولار، وهو مبلغ وصفه التقرير بأنه غير لائق. انظر:
Joseph S. N.Y sof power and the straggle Against terrorism. Op. cit.

وقد اشار تقرير رفعه مجلس امناء البث (الاذاعة) الى مجلس الشيوخ الأمريكي يتضمن التخصيصات المالية لعمليات البث الدولي لسنة 2007 حيث تضمن التقرير التوجيه بالموافقة عل تخصيصات البث طلبها مجلس امناء البث[1] (الإذاعة) وكما موضح بالشكل (5- 3).

الشكل (3.5) ويوضح التخصيصات المالية التي اقرها الكونغرس لعمليات البث الدولي لسنة 2007.



Sauate report 109. 211 department of state foreign operations and related programs apporprations Bill, 2007.

و يشكل قلة الانفاق على برامج الدبلوماسية الشعبية عقبة امام تطوير وتوسيع هذه البرامج حتى عدت العقبة الاهم امام تطويرها.

(1)Senate report 109. 211 department of state foreign operations And related programs appaoiations Bill, 2007 http://d bnname= cp 109 sid= cp 109 VA3cl and.. 16. 7. 2006.

المبحث الثالث

مؤسسات الدبلوماسية الشعبية في الولايات المتحدة الأمريكية

اولاً- المؤسسات الحكومية:

البيت الابيض

خول الدستور الامريكي رئيس الولايات المتحدة الامريكية ادارة السياسة الخارجية وتوجيهها[1] حيث يتمتع الرئيس الذي يقع على اعلى هرم السلطة التنفيذية في الولايات المتحدة بنفوذ كبير في رسم وتنفيذ السياسة الخارجية وذلك عن طريق الصلاحيات الدستورية الواردة في المادة (2) من الدستور الاتحادي الصادر سنة 1789، او من الضرورات العملية في حقل السياسة الخارجية[2].

ويقف البيت الابيض[*] على قمة هرم مؤسسات الدبلوماسية الشعبية في الولايات المتحدة الامريكية حيث يضم مكتب البيت الابيض مجلس الامن القومي فضلاً عن

---

(1) للمزيد عن دور الرئيس الامريكي ومهامه وسلطاته انظر: لاري الويتز، نظام الحكم في الولايات المتحدة الامريكية، ترجمة جابر سعيد عوض القاهرة، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، 1996، ص173– 194.

(2) داوود مراد حسين، المشاركة السياسية وتاثيرها في السياسة الخارجية الامريكية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد، 1997، ص147.

(*) يتضمن مكتب البيت الابيض مستشاري الرئيس البارزين ، وعادة ما يكون اقرب مستشاري الرئيس في البيت الابيض الاصدقاء الشخصيين الذين ساعدوه في الانتخابات او اللذين حازوا على ثقة وعلى مر السنين ويتضمن البيت الابيض كذلك المستشار القانوني للرئيس والسكرتير الصحفي وسكرتير التعيينات ، وغيرهم من الموظفين الكتابيين ، ورئيس الموظفين او ما يسمى بكبير موظفي البيت الابيض والمساعدين في البيت الابيض الذين يحددون الاولويات ورسم لهدم السياسة الخارجية ويساعدون في اعداد الخطب الرئاسية ومشاورة قادة الكونغرس وحماية صورة الرئيس من الصحافة المعادية انظر : لاري لويتز المصدر السابق 187- 188 .

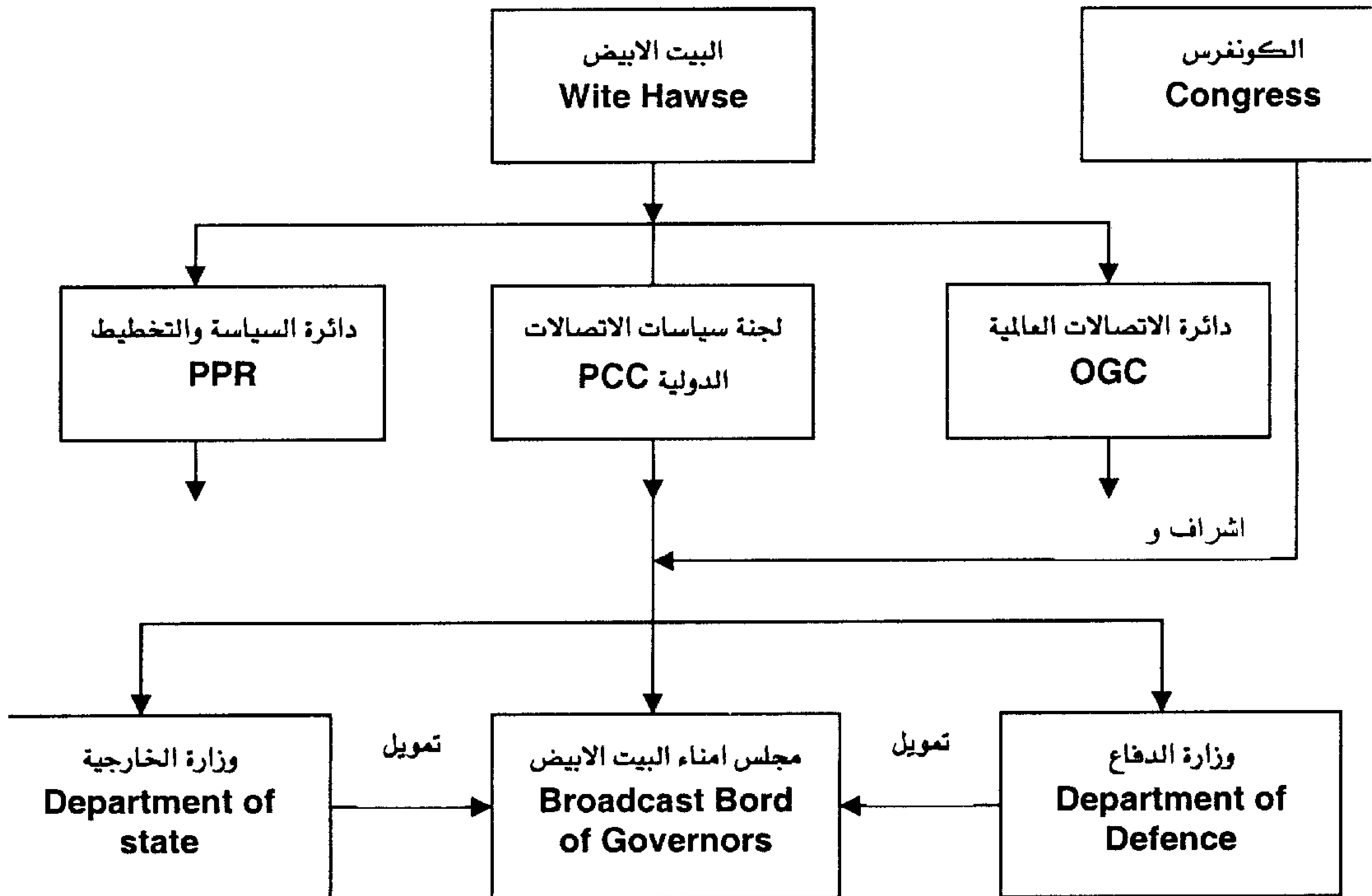
ثــلاث لجــان ودوائــر تــدار بواســطتها الدبلوماســية الــشعبية[1] وهــذه اللجــان والدوائر هي:

- دائرة الاتصالات العالمية Office of Global Communications (OGC).
- لجنة سياسة الاتصالات الدولية Political Communications Committee (PCC).
- دائرة السياسة والتخطيط Provincial Proportional Representation (PPR).

ويوضح الشكل (6_3) هيكلية مؤسسات الدبلوماسية الشعبية الحكومية (الاتحادية) في الولايات المتحدة الامريكية .

الشكل (3.6)

يمثل مؤسسات الدبلوماسية الشعبية في الولايات المتحدة الامريكية



(1) General Accounting office, U.S international broadcasting new strategic approach focuses on reaching large audiences but locks measurable program objectives, report to the committee on international as relations, July 15, 2003.p15.

دائرة الاتصالات العالمية

The office of global communication (OGC)

أنشئت هذه الدائرة في كانون الثاني من سنة 2002م، وهي تابعة لقسم الاتصالات في البيت الابيض لتقوم بوظيفة توزيع وايصال الرسائل من البيت الابيض الى الخارج[1]، وتضم هذه الدائرة مئات الصحفيين الاجانب العاملين في واشنطن والمجهزين باحدث الوسائل لنقل الرسائل والاحداث من البيت الابيض[2].

وتقوم هذه الدائرة بتجهيز الصحفيين يومياً بوجهات نظر واراء الرئيس الامريكي وكبار الموظفين في البيت الابيض تجاه مواضيع معينة كما تقوم هذه الدائرة بالحصول على الآراء وجمع ووجهات النظر التي تعرض عن طريق الاذاعات الدولية[3].

كما تقوم هذه الدائرة بتقسيم العناصر الاساسية اللازمة لستراتيجية الدبلوماسية الشعبية للمؤسسات الامريكية، ومع انها تابعة لقسم الاتصالات في االبيت الابيض الا انها تعمل مع مجلس الامن القومي في الولايات المتحدة، وتؤدي هذه الدائرة ثلاثة ادوار اخرى مهمة هي[4]:

1. **تنسيق الرسائل الاعلامية المراد بثها حيث تؤدي الـ(OGC)** دوراً مهما في العديد من الوكالات الحكومية الامريكية لتقوية وتعزيز فعاليات الارسال، وقد قامت العديد من الوكالات الحكومية التابعة لدائرة 11 ايلول بارسال اتصالات تدار دولياً من قبل وسائل الاعلام الدولية وهذه الوكالات تشمل وزارة الدفاع ، ووزارة العدل ووزارة الخزانة ووزارة الامن القومي والاتصال هو ما تبتغيه الدبلوماسية الشعبية.

---

(1) White house office of global communications.
http://www.whitehouse.gov/ogc/aboutogc.html. 2. 3. 2006

(2) Edward p.djerjign ;changing minds Winning peace: Op. cit, 2003 .P.20.

(3) Ibid .

(4) Hady Amr .Op. cit. p37 .

2. **ادارة الرسائل:** تستعرض دائرة الاتصالات العالمية رسالة اخبارية واحدة يومياً وتبث مثل هذه الرسالة اخبار الحكومة الامريكية واخبار اخرى عالمية حيث تبث هذه الرسائل للموظفين المهتمين بوسائل الاعلام الدولية مثل السفراء وموظفي الدبلوماسية الشعبية الامريكية المستشارين في العالم والغاية من هذا الارسال العالمي الدولي، هو توفير وجهات النظر الايجابية والمؤيدة للبيت الابيض ونشاطاته، ولذلك يحاول الدبلوماسيون الامريكيون في انحاء العالم كافة مزج هذا الارسال مع بقية الانشطة المحلية البارزة لتكون الاتصالات والرسائل ناضجة وذات قيمة[1].

3. **زيادة سبل الوصول الى وسائل الاعلام الاجنبية**، حيث تدير هذه الدائرة جهود الرئيس الامريكي ونشاطاته وكما تدير انشطة اغلب الوزراء وكبار الموظفين ومنذ تاسيس هذه الدائرة تضاعف الوقت المخصص للصحافة الاجنبية في واشنطن وخارج البلاد من قبل الرئيس والوزراء والموظفين كما طورت نوعية المقابلات وشملت طرق الاتصال المختلفة ووسائل الاعلام المختلفة ومن المشاريع الجديدة لهذه الدائرة هو اطلاق سفرات الاصغاء للعالم الاسلامي حيث يتم استدعاء صناع السياسة الحاليين والقدامى ليعرضوا اراءهم في نقاشات موجهة لشعوب العالم الخارجي ليقوم الجمهور الاجنبي باستنباط اراء هؤلاء الضيوف تجاه السياسة الخارجية الامريكية والفائدة من هذا المشروع هو اصغاء هذه الشعوب لما سيقوله هؤلاء على اقل تقدير ، وربما ستساهم الدروس التي ستستنبطها هذه الشعوب في تغذية السياسة الامريكية وتحسين صورتها[2].

---

(1) White house office of global communications.
http://www.whitehouse.gov/ogc/aboutogc.html. 2. 3. 2006
(2) I bid .P38.

لجنة سياسة الاتصالات الدولية Political Communication Committee (PCC)

انشئت هذه اللجنة في ايلول عام 2002 من قبل مجلس الامن القومي ووزارة الخارجية لتقوم بنشر الرسائل الامريكية وتطويرها وايصالها لانحاء العام، وتعمل هذه اللجنة جنباً الى جنب مع دائرة الاتصالات العالمية (OGC) كما تقوم معها بفعاليات اتصالية للوصول للعالم الاسلامي وبجهود وصفها تقرير ادوارد جيرجيان بانها لا حدود لها[1].

وقد اسس فريق يعمل تحت اشراف لجنة سياسة الاتصالات الدولية (PCC) لتحسين الجهود المبذولة في مجال الاتصالات الاستراتيجية وتطويرها وتقويتها ، وقد عمل هذا الفريق على عقد لقاءات اسبوعية (ثابتة ودورية) مع الدبلوماسيين ووزارة الخارجية والوكالات الامريكية للتنمية الدولية ووزارة الدفاع وباقي الوكالات والمؤسسات الفيدرالية العاملة في مجال الدبلوماسية الشعبية لتنسيق الجهود في مجال الدبلوماسية الشعبية[2].

دائرة السياسة والتخطيط Provincial Proportional Representation (PRR):

عمل البيت الابيض على توحيد جهود الدبلوماسية الشعبية عن طريق انشاء دائرة السياسة والتخطيط (PRR) المختصة بتجهيز الخطط بالاستراتيجيات الطويلة الامد لفعاليات وبرامج الدبلوماسية الشعبية ... كما تعمل هذه اللجنة في مجال السيطرة على كل فعاليات الدبلوماسية الشعبية ومراقبة التخطيط الاستراتيجي لها ولاهدافها وبرامجها[3].

(1) Edward. P. Djerjign. Op. cit ; p9.

(2) Harold C. Pochios, Building Americas public diplomacy through are forimed structure and additional resources, annual report of the advisory commission on public diplomacy. 2002 p.6.

(3) U.S Advisory comminute on public diplomacy. Annual report 2004. p.10.

الكونغرس* (Congress)

يعد الكونغرس من المؤسسات الدستورية الفاعلة في حقل السياسة الخارجية في الولايات المتحدة الامريكية اضافة الى الرئاسة[1]. وهوالسلطة التشريعية في الولايات المتحدة الامريكية حيث يتكون من مجلسين هما مجلس الشيوخ الذي يضم (مائة سيناتور) ومجلس النواب الذي يضم (اربعمائة وخمسة وثلاثين نائباً)[2]، ويؤدي الكونغرس دوراً فعالا ومؤثراً في صياغة وتوجيه السياسة الخارجية الامريكية، اذ يعمل ذلك عن طريق لجنتي العلاقات الخارجية والسياسة الخارجية في مجلس الشيوخ والنواب وتجعل اليات العملية التشريعية داخل الكونغرس من العمل البرلماني الحقيقي يتم داخل اروقة اللجان المعنية وليس في الجلسات وان مجلس الشيوخ يعمل عن طريق لجان محددة، وليس بواسطة الجلسات كما هو الحال في المجالس البرلمانية في الدول الاخرى[3].

ويتصل اعضاء الكونغرس الامريكي بشكل مباشر او غير مباشر بالجمهور الاجنبي بواسطة عدة طرق لتعزيز ودعم وسائل الدبلوماسية الشعبية كما يعمل الكونغرس على وضع وتخصيص ميزانية الدبلوماسية الشعبية[4]. إذ تشرف لجنة العلاقات الخارجية في مجلس الشيوخ الامريكي على برامج الدبلوماسية الشعبية[5] وعلى هذا الاساس كثيراً ما وقف القائمون على برامج الدبلوماسية الشعبية

(*) تعني "المؤتمر "وهي تشير الى انعقاء مجلسي النواب والشيوخ الامريكيين وقد جرت العادة بهذه التسمية.

(1) داوود مراد حسين، مصدرسابق، ص150.

((2) وزارة الخارجية الامريكية، دائرة خدمات الجنسية والهجرة الامريكية، اهلاً وسهلاً الى الولايات المتحدة:- دليل المهاجرين الجدد للولايات المتحدة، ص49- 51.

(3) منار الشوريجي، الانتخابات الامريكية عام 2000، مجلة السياسة الدولية، العدد 43 1 كانون الثاني 2001، ص8.

(4) The U.S advisory commission on public diplomacy building Americas public diplomacy through are formed structure and additional resources, report 2002, P7.

(5) للمزيد عن اليات وضوابط اشراف الكونغرس على برامج الدبلوماسية الشعبية انظر:
Peter G. Peterson ,Op. cit. P15

ووسائلها امام لجنة العلاقات الخارجية للادلاء بشهاداتهم وايضاحاتهم بشأن البرامج التي يديرونها .

يمثل الكونغرس مصدر تستمد منه المهارات والمعارف اللازمة لارساء القيم الديمقراطية الامريكية ، ويعمل على استمالة اغلبية مواطني الدول العربية والاسلامية تجاه الولايات المتحدة وسياستها ، فالشعوب الاخرى تحمل رغبة عارمة للتحاور مع صناع السياسة الامريكية ومع اعضاء الكونغرس وموظفي الدبلوماسية الشعبية[1].

ويرى الباحث في مجال الدبلوماسية الشعبية هادي عمر ان رغبة شعوب العالمين العربي والاسلامي للاتصال مع الولايات المتحدة الامريكية يشابه ميول شعوب اوربا الشرقية في اواخر الحرب الباردة والفترة التي اعقبتها حيث استخدم اعضاء الكونغرس الثقافة لادارة الدبلوماسية الشعبية[2].

ونظراً لدور الكونغرس في تخصيص ميزانيات برامج الدبلوماسية الشعبية فقد لوحظ اهتمام اعضاء الكونغرس منذ احداث 11 ايلول / سبتمبر سنة 2003م بتنمية برامج الدبلوماسية الشعبية عن طريق الموافقة على ضخ المزيد من الاموال لتنشيط تلك البرامج كما لوحظ اهتمام اعضاء الكونغرس بالسماع لشهادات القائمين على برامج الدبلوماسية الشعبية من الوزراء والمدراء بمختلف المستويات. ويتضح مما سبق ان دور الكونغرس الامريكي في الدبلوماسية الشعبية الامريكية يأتي من:-

اولاً– دوره المباشر في الدبلوماسية الشعبية عن طريق بعض برامج الاتصال المباشر كبرنامج الزمالات الدبلوماسية والاتصال المباشر الذي يقوم به اعضاء الكونغرس في البلدان الاخرى لايصال القيم الامريكية بصورة مباشرة الى الجمهور الاجنبي.

---

(1) Hady Amr. Op.cit . P89.

(2) I Bid.

ثانياً– دوره في متابعة وسائل الاعلام الدولية الامريكية الموجهة للشعوب الاخرى والاشراف عليها.

ثالثاً- ودوره في تمويل تلك الاذاعات وبرامج الدبلوماسية الشعبية الاخرى.

وزارة الخارجية Department of state

تعد وزارة الخارجية الامريكية التي يطلق عليها اصطلاح Department of state اهم المؤسسات الحكومية (الفيدرالية) الامريكية المسؤولة عن نشاطات الدبلوماسية الشعبية وقد انشأت وزارة الخارجية الامريكية الحديثة سنة 1924، ويعد وزير الخارجية في الولايات المتحدة الامريكية (Secretary of state) ارفع مسؤول تنفيذي بعد رئيس الدولة ونائبه ، وهو المستشار الاول امام الرئيس في مجال السياسة الخارجية[1].

ويقوم في بعض الاحيان بدور المتحدث الرسمي للرئيس في السياسة الخارجية وقد اضيفت الى وزارة الخارجية الامريكية بعد الحرب العالمية الثانية مسؤوليات اخرى[*] فالاشراف على المساعدات الخارجية والنشاطات الدعائية فضلاً عن العلاقات الاقتصادية و القضايا العسكرية المشتبكة مع الشؤون الخارجية[2].

وبسبب عدم وجود وزارة امريكية مختصة بالاعلام فان نشاطات الاعلام الخارجي او الدولي الامريكي اخضعت لمسؤولية وزارة الخارجية سواء بصورة مباشرة كالتمويل الذي تساهم به وزارة الخارجية للاذاعات الدولية الامريكية او بصورة غير مباشرة كالدعم والاشراف الذي تمارسه هذه الوزارة على المؤسسات المستقلة المشرفة على عمل الاعلام الخارجي الامريكي.

---

(1) ريتشارد شرودر، موجز نظام الحكم الاميركي ب . م: وكالة الاعلام الامريكية، ب. ت، ص33.

(*) اضطلعت وزارة الخارجية الامريكية قبل انتهاء الحرب العالمية الثانية وبدء الحرب الباردة او الصراع الايديولوجي بين المعسكرين، اضطلعت بمهام ادارة العلاقات السياسية والدبلوماسية بين الولايات المتحدة الامريكية والبلدان الاخرى ولعل فترة الصراع الايديولوجي الذي شهدته مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية كان السبب في اضافة تلك المهام لوزارة الخارجية .

(2) لاري الويتر، مصدر سابق، ص292.

من جانب اخر فان وزارة الخارجية هي المسؤولية على الوسائل والادوات الاخرى الفاعلة في مجال الدبلوماسية الشعبية، كالوسائل الثقافية فالوزارة مسؤولة وداعمة لجميع برامج التبادل الثقافي كبرنامج "فولبرايت" وبرنامج "همفري هايز" فضلاً عن برنامج "الزائر الدولي" والاشراف على المكتبات والزوايا الامريكية الموجودة في مناطق عديدة من العالم، كما تملك وزارة الخارجية (10) سفراء للصلات الثقافية[1].

ولاهمية دور وزارة الخارجية في ادارة الدبلوماسية الشعبية الامريكية استحدث منصب وكيل وزارة الخارجية للدبلوماسية الشعبية قبل احداث 11 ايلول/ سبتمبر عام 2001م بفترة قصيرة وقد شغلت هذا المنصب اربعة نساء وتشغل هذا المنصب الان السيدة كارين هيوز(Careen Heuse)، كما يقوم الدبلوماسيون الامريكييون بدور مباشر في الدبلوماسية الشعبية حيث يكون من اولى واجباتهم اضافة الى الصفة الدبلوماسية اقامة علاقات بناءة مع قادة الراي في الدولة التي يتواجدون فيها للتاثير عليهم ومن ثم على ارائهم حول الولايات المتحدة ليكونوا مؤثرين على الجماهير الاخرى ولذلك فان رجال السلك الدبلوماسي الامريكي يجب ان يتمتعوا بمعرفة ثقافة ولغة البلدان التي يعملون فيها[2] وتضم وزارة الخارجية 1200 موظف يعملون في ميدان الدبلوماسية الشعبية[3].

وتشرف وزارة الخارجية على ثلاث مؤسسات مهمة من مؤسسات الدبلوماسية الشعبية وهي اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية والوكالة الامريكية للتنمية الدولية (USAID) فضلاً عن وكالة المعلومات الامريكية (USIA).

---

(1) ماركريت تاتوايلر، الدبلوماسية الشعبية بلوغ ما وراء الجهد (التقليدي) شهادة ادليت بها امام اللجنة الفرعية للتجارة والعدل الخارجية والفضاء التابعة للجنة الاعتمادات بمجلس النواب الامريكي بتاريخ (4 شباط / فبراير 2004)، مجلة المستقبل العربي العدد 301 اذار/ مارس، 2004، ص133-142.

(2) لاري الويتز، مصدر سابق، ص29.

(3) ماركريت تاتوايلر، مصدر سابق.

أ- اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية

تاسست اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية في (2003/7/16)[1] وتضم (33) شخصاً من ذوي الخبرة في مجال الدبلوماسية الشعبية مع العالمين العربي والاسلامي برئاسة الدبلوماسي الامريكي السابق ادوارد جيرجيان (Edwerd Gergein) وهؤلاء الاشخاص الثلاثة والثلاثون جميعهم من اعضاء الكونغرس الامريكي من العرب اليهود والمسلمين والمسيحيين المتواجدين في الولايات المتحدة[*] وقد اقترحت اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية تاسيس وحدة الاتصالات الشعبية العربية والاسلامية لتعمل بالتنسيق مع دائرة الاتصالات العالمية (OGC) في البيت الابيض[2].

وتقوم اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية بالاشراف على فعاليات الحكومة الأمريكية، وتقدم تقارير سنوية الى الرئيس الامريكي والكونغرس ووزارة الخارجية فضلاً عن رئيس وكالة المعلومات الامريكية والى الشعب الامريكي[3].

ب- الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية

United State of America International Development :

اقر الكونغرس الامريكي في الرابع من ايلول سنة 1961 بالقانون الذي انشئت بموجبه الوكالة الامريكية للتنمية الدولية التي يرمز لها بـ(USAID) كوكالة تدير برامج المساعدات الاقتصادية وهو القانون الذي اعاد تنظيم برامج المساعدات الخارجية الامريكية حيث تضمن الفصل بين المساعدات العسكرية والمساعدات غير العسكرية وفي الثالث من تشرين الثاني من السنة نفسها اسس الرئيس الامريكي جون .ف. كندي الوكالة الامريكية للتنمية الدولية لتصبح اول

(1) M. Fuqiel , OP. cit. P19.

(*) احدى نواحي الضعف في هذه اللجنة هو انها لا تضم من بين اعضائها مسلمين، وان المجودين فيها من العرب هم مسيحيوا الديانة.

(2) Hady Amr. OP. cit. P34.

(3) Michele M. Fuquiel , OP. cit. P19.

منظمة مساعدات خارجية امريكية تركز في عملها بالدرجة الاساس على مساعي ومساعدات التنمية الاقتصادية والاجتماعية[1] تتسلم الوكالة ارشادات السياسة الخارجية من وزارة الخارجية كوكالة حكومية (فيدرالية) مستقلة وتقدم المساعدات الانسانية في اربع مناطق:

1. الصحراء الافريقية .
2. اسيا والشرق الادنى.
3. امريكا اللاتينية وبحر الكاربي.
4. اوربا واوراسيا[2].

وتنفق الوكالة الامريكية للتنمية الدولية (2) مليون دولار في كل سنة لتطوير مشاريع في الاقطار والدول الاسلامية، ومنذ نهاية سنة 2002م حاولت الوكالة تحسين العلاقات بين الحكومة الامريكية والدول الاسلامية وقد بدأت جهودها بجرد وتقييم البرامج السابقة والموجودة حالياً في العالم الاسلامي في مجالات التعليم والاصلاح الاقتصادي والتنمية والتقدم والتطور المحلي. وقد شكلت عدة حلقات نقاشية لتوضيح العلاقات الامريكية بالعالم الاسلامي وقد دعمت هذه النقاشيات بعدة بحوث في التاريخ والتجارة من مركز الدراسات الاستراتيجية الدولية كما تم مناقشة الكيفية التي يجب ان تعمل بواسطتها الحكومة الامريكية على كسب احترام وتعاطف العالم الاسلامي[3].

وقد بدات الوكالة الامريكية للتنمية الدولية بالتعرف على حاجات الشعوب ودعمها المعنوي فالشعوب تتاثر في نواح معينة دون غيرها[*].

---

(1) http:// www. Usaid. Gov/ about usaid hist. html. 20. 3. 2006

(2) http:// www. Usaid .gov/ about usaid.

(3) Hady Amr , OP. cit . P36.

(*) لقد وجد اعضاء في اللجنة الاستشارية للدبلوماسية الشعبية اثناء زيارتهم الى عدد من الدول الاسلامية "ان المصريين يمتنون لليابانيين لبنائهم دار الاوبرا" ولا يهتمون بتمويل الولايات المتحدة الامريكية لمشاريع المجاري في القاهرة، وماء الشرب وانظمة الكهرباء رغم انه لعب دورا مهما في تقليل عدد الوفيات من الاطفال الرضع في مصر انظر:

Edward P. Djemin ,changing mind swinning speace , OP. cit. P20.

وقد اكدت نشاطات الوكالة الامريكية للتنمية الدولية على اسيا وبالتحديد الانظمة الشيوعية مثل الصين، وقد استند برنامج المساعدات في اسيا على الحركات الثائرة والديمقراطية وكذلك التطورات الاقتصادية في فيتنام اما في افريقيا فقد ركزت على بعض الانشطة مثل تعليم القيادة لبعض الاقطار حديثة الاستقلال وسد بعض الحاجات الاقتصادية الضرورية[1].

تمول الوكالة الامريكية للتنمية الدولية (USAID) من قبل الحكومة الامريكية ومن جمع التبرعات[*] حيث تنفق هذه الاموال التي تجمع على شكل تبرعات او ما يخصص لها من قبل الحكومة حتى تنفق بشكل معتدل وحسب اهمية واسبقية المشاريع، وعلى الرغم من عدم وجود برنامج ثابت للوكالة، الا ان تأييد السلام هو المثال الافضل الذي يوضح المساهمات الكبيرة للولايات المتحدة في مجال الدبلوماسية الشعبية[2].

وتواجه الوكالة الامريكية تحديات عدة في مجال الدبلوماسية الشعبية اهمها الادراك او الوعي لدى الجهة اوالجمهور المستفيد من تلك المشاريع ولذلك فان اهم ما تقوم به هذه الوكالة عند تنفيذ مشاريعها هو التأكيد على ان هذه المشاريع هي خدمة من الشعب الامريكي[3].

وشجعت ادارة الوكالة الامريكية للتنمية الدولية على التعاون وبناء العلاقات بين موظفي شؤون السفارات وبين اعضاء مجلس ادارة شؤون البعثات فيها لجذب الكفاءات في مجال تدريب الكوادر التي تعمل خارج الولايات المتحدة كما اعطت

---

(1) http:// www.usaid.gov /about usaid hist.htm. 20-3-2006.

(*) قامت الوكالة على سبيل المثال بجمع التبرعات للدبلوماسية الشعبية الامريكية بواسطة اتصالها بالمواطنين المقيمين بالبلاد ، وقد بلغت الاموال المخصصة لسنة 2004م (16,6) بليون دولار اما سنة 2003م فقد بلغت (10,6) بليون دولار.

(2) United states Advisory commission on public diplomacy , annual report, 2004, Op. cit. P22.

(3) Ibid.

الوكالـة(USAID) في عـام 2004 اهميـة كـبيرة الى مـديري البعثـات والدبلوماسيين في الشرق الاوسط[1].

ج- وكالة الاعلام الأمريكية

(United states information agency) (USIA)

سبق تأسيس وكالـة الاعـلام الامريكيـة خطـوات عـدة[*] تمخضت عـن تاسيسها في شهر اب من سنة 1953، وهـي اوائـل سنين الحـرب البـاردة، كوكالـة مستقلة ذاتيـاً توجـه مـن قبـل السلطة التنفيذيـة في السلطة الاتحاديـة[2] أي خاضـعة للرئيس الامريكي بشكل مباشر.

وقـد تحـددت اهـداف الوكالـة بالعمـل علـى تطـوير اهـداف الامـن القـومي والسياسة الخارجية للولايات المتحدة وتنسيق حمـلات الحـرب البـاردة ضد المعسكر

---

(1) Ibid.P23.

(*) اسس في تموز سنة 1942 مكتب الاستعلامات الحربية وكان اول اعمال الولايات المتحدة في مجال الدعاية الدولية، كما اقيمت مكاتب الاستعلامات الحربية في كل بلد امكن اقامته فيه انذاك حيث كانت تعرف بمكاتب استعلامات الولايات المتحدة وكان نشاطها يتضمن عرض الافلام الاخبارية وترجمة الكتب وعرض الصور الاعلامية والصور الصحفية وتوزيع نشرات اخبارية مطبوعة فضلاً عن المقالات والمجلات والكتيبات والافلام السينمائية وفي 31 ايار اغسطس سنة 1945 اصدر الرئيس الامريكي "ترومان" امراً بانشاء مكتب الاستعلامات الدولي المؤقت ليحل محل اجهزة مطورة هي وكالة الاستعلامات الحربية ووكالة الشؤون المتصلة بالعلاقات بين الدول الامريكية والمساعد الخاص لوزير العلاقات الصحفية الذي كان يصدر ويصور نشرة اذاعية يومية للضباط اللذين كانوا يعملون بالخارج، وقسم الاستعلامات الدولية الملحق بمكتب الشؤون العامة، وقسم التعاون الثقافي للجنة المشتركة، حيث سميت هذه الخطة بخطة اعادة التنظيم وقد عين "وليم بنتون" وكيل وزارة مساعد للشؤون العامة وامر بان ما اعلنه الرئيس "ترومان" من "ان طبيعة العلاقات الدولية اليوم تجعل من الجوهري ان تحتفظ الولايات المتحدة بنشاط اعلامي في الخارج جزء من ادارة شؤونها الخارجية" وفي 19 نيسان / ابريل 1950 القى الرئيس " ترومان " خطاباً امام جمعية محرري الصحافة الامريكية قال فيه " يجب علينا ان نواجه في كل مكان تنتشر فيه الدعاية السوفيتية لكي نتغلب عليها عن طريق الدعاية للحرية والديمقراطية ... يجب ان نجعل صوتنا مسموعا في كل ارجاء العالم في حملة هائلة ". انظر: محمد عبد القادر حاتم، الراي العام وتاثره بالاعلام والدعاية، مصدر سابق، ص278.

(2) United states information agency , USIA: A commemoration, Telling Americas story world , Washington , DC : USIA, 1999,P15.

الشرقي فضلاً عن تجميل صورة الولايات المتحدة وسياستها لدى شعوب العالم الثالث[1]. وقد عملت الوكالة بتنسيق كامل مع سائر الاجهزة الدبلوماسية والدعائية لتحقيق الاهداف المرسومة التي خدمت توجيهات السياسة الخارجية الامريكية تجاه العديد من بلدان العالم[2] ولتجنب عد الوكالة اداة دعائية قال اول ومدير لها في خطاب الى رئيس ايزنهاور في 24 تشرين الاول/ اكتوبر سنة 1953 "ستتجنب الخوض في نعمة الدعاية ولكننا سنضرب بشدة تفوق الاساليب السابقة[3]. ولاهمية دور الوكالة في نشاطات الدبلوماسية الشعبية اصبح مدير الوكالة عضواً في مجلس الامن القومي الذي يحدد السياسات الخارجية للولايات المتحدة الامريكية[4].

وقد خضعت وكالة المعلومات الامريكية انذاك لمحاسبة الكونغرس ، كما تلقت توجيهاتها من اللجنة الفرعية في مجلس الشيوخ ، الخاصة بالاعلام الخارجي[5]، وقد قسمت وكالة المعلومات الامريكية في مدة عملها الى خمس ادارات رئيسية هي[6]:

1. ادارة الارساليات و الوفود الخارجية .
2. ادارة الصحافة والمطبوعات : وتصدر عدداً من المجلات والمطبوعات بعدة لغات عالمية منها مجلة "الحياة في اميريكا" و"امريكا بالصور" و"هنا امريكا " التي تصدر باللغة العربية .
3. ادارة الافلام والخدمات التلفزيونية .

(1) جيهان رشتي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، مصدر سابق، ص329.

(2) سلام خطاب الناصري، مصدر سابق، ص68.

(3) محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثره بالاعلام والدعاية، مصدر سابق، ص279.

(4) مجموعة باحثين سوفيت، الاخطبوط الاعلامي والدعائي، ترجمة حسين حبش، بيروت، دار الفارابي، 1976، ص63.

(5) المصدر نفسه.

(6) سلام خطاب الناصري، مصدر سابق، ص67.

4. ادارة الخدمات الاعلامية : وهي تشرف على (300) مركز ثقافي في (100) دولة حيث تتضمن هذه المراكز انشطة كثيرة منها المكتبات ومراكز تعلم اللغة الانكليزية ومراكز العروض السينمائية ... الخ .
5. ادارة الخدمة الاذاعية وتشرف على البث الاذاعي .

وللوكالة مراكز استعلامات في معظم دول العالم ولها حصانة دبلوماسية، ويرأس كل مركز ضابط للخدمة العامة يعاونه عدد من المساعدين (الضابط الاعلامي و الضابط الثقافي) وهيئة من المترجمين والكتاب المحليين، ويعمل ضابط الخدمة العامة على التغلغل داخل الاوساط الثقافية والجماهيرية في الدولة المبعوث اليها ، ويسهل عليهم ذلك معرفة لغة وعاداتها وتقاليدها هذه البلدان، كما يقتضي عملهم استطلاع الراي العام في تلك الدول ودراسة ردود فعله المختلفة ازاء السياسات الامريكية ، ليمكنهم من ذلك الوصول الى افضل الطرق لاستيعابه والسيطرة عليه[1].

وعلى الرغم من الجهود الكبيرة التي عملتها وكالة المعلومات الامريكية في مجال الدبلوماسية الشعبية الا ان جهود اعضاء الكونغرس من الحزب الديمقراطي الذين صادقوا في فترات سابقة على تخفيض ميزانيات الدبلوماسية الشعبية قدموا سنة 1996 مشروعاً لدمج الوكالة بوزارة الخارجية الامريكية ، وقد صادق الكونغرس على المشروع سنة 1998[2]. ويوضح تقرير إستراتيجي لفريق مهام الدبلوماسية الشعبية ان فكرة الرئيس الامريكي في ادماج وكالة المعلومات الامريكية بوزارة الخارجية هي لجعل الدبلوماسية الشعبية في قلب السياسة الخارجية الامريكية[3].

---

(1) مختار التهامي، مصدر سابق، ص155- 156.

(2) The U.S. Advisory commission on public diplomacy building Americas diplomacy ,OP.cit.P10.

(3) Public diplomacy : A strategy for reform , Op. cit, P20.

وزارة الدفاع Ministry of Defense

أنشئت وزارة الدفاع الامريكية سنة 1947 وكان هدفها التنظيمي هو الفروع العسكرية المختلفة(*) وهي من اكبر التنظيمات في الحكومة الامريكية اذ تضم اكثر من مليون موظف مدني ومليونين من العسكريين(1).

وتعد وزارة الدفاع رفيقة لوزارة الخارجية في المواضع التي تتلاقى فيها السياسة الخارجية بالاعتبارات العسكرية، وهي مسؤولة عن جميع الشؤون المتعلقة بامن البلاد ويقدم القادة العسكريون المنظمون كقيادة عليا مشتركة للرئيس المشورة العسكرية حول شؤون السياسة الخارجية(2).

وتمارس وزارة الدفاع جهودها في الدبلوماسية الشعبية الامريكية عن طريق المشاركة في تمويل الاذاعات الدولية و يقدم الجيش الامريكي الدعم الفني والتكنولوجي لتلك الاذاعات خاصة في الدول التي تتواجد فيها قوات امريكية. كما لا يخفى دور وزارة الدفاع في الدبلوماسية الشعبية عن طريق ايعازها لوحداتها العسكرية بعمل مبادرات انسانية في الدول التي يتواجد فيها الجيش الامريكي كالاعمار الذي يقوم به الجيش الامريكي في مدن الدول التي يحتلها(*) كما قامت وزارة الدفاع الامريكية بدعم وتمويل العديد من الاذاعات الموجهة الى الشعوب التي

(*) كانت القوات الجوية قبل ذلك تحت اشراف وزير مدني للدفاع فيما كانت ادارة القوات البحرية مسؤولة من الاسطول الامريكي.

(1) لاري الويتز، مصدر سابق، ص293.

(2) روي مكريدس، مصدر سابق، ص500.

(*) تم رصد الكثير من هذه الحالات التي قام بها جيش الاحتلال الامريكي للعراق حيث عملت وحدات الجيش الامريكي على تمويل اصلاح منظومات الصرف الصحي وشبكات المياه في العديد من المناطق كما دعمت وزارة الدفاع من خلال الجيش الموجود في العراق جهود الوكالة الامريكية للتنمية الدوليه، كما قدم الجنود الامريكيون مبادرات فردية كتوزيع الالعاب على الصغار في بعض المناطق كمحاولة لكسب قلوب الاطفال وتحسين صورة الجندي الامريكي لدى هؤلاء الاطفال.

تحتلها فضلاً عن اصدار صحف في تلك الدول سواء كانت تلك الصحف ناطقة بلغة الدول المحتلة(**) او باللغة الانكليزية.

ثانياً- المؤسسات غير الحكومية

يعود استخدام الولايات المتحدة الامريكية للمؤسسات غير الحكومية في الدعاية الدولية المنظمة الى المدة التي اعقبت الحرب العالمية الثانية، عندما شجع الرئيس ايزنهاور الدعاية غير الحكومية عن طريق برنامج من الشعب الى الشعب[1] وتمارس الولايات المتحدة الامريكية نشاطات الدبلوماسية الشعبية عن طريق المؤسسات غير الحكومية، ومع ان الدبلوماسية الشعبية نشاط تقوم به دولة لتحسين صورتها لدى جمهور الدول الاخرى او بتعبير اخر تبتغي الدبلوماسية الشعبية الحصول على رضا الجمهور الخارجي عن الدولة موضوع الاتصال، الا ان الولايات المتحدة الامريكية تستخدم المنظمات غير الحكومية او منظمات المجتمع المدني لتحقيق تلك النشاطات حيث تقوم الولايات المتحدة الامريكية بتمويل نشاطات تلك المنظمات والاشراف عليها ومن اهم المنظمات غير الحكومية التي تستخدمها الولايات المتحدة في تحقيق نشاطات الدبلوماسية الشعبية اربع معاهد هي(*):

أ- المعهد الجمهوري الدولي (IRI).

ب- المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية (NDI).

ج- المركز الدولي للعمل الحر (CIBE).

د- المركز الامريكي للثقافة الدولية (ACILS) .

(**) اصدرت ومولت احدى الفرق الامريكية العسكرية بعد احتلال بغداد 2003 العديد من الصحف من بينها صحيفة بغداد الان التي صدرت باللغتين العربية والانكليزية وكانت مواد هذه الصحيفة تروج لاعمال انسانية يقوم بها الجيش الامريكي في بغداد.

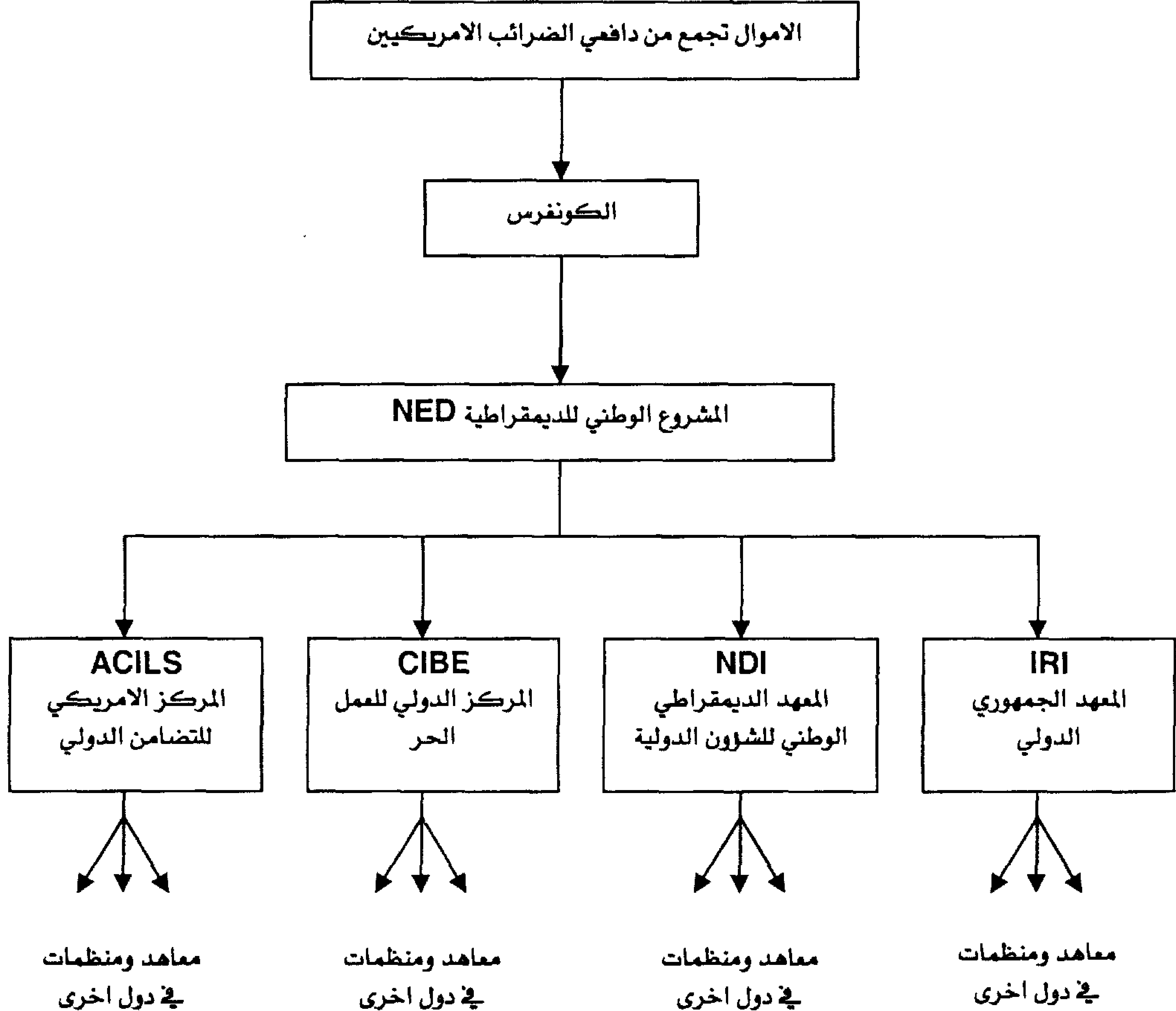
(1) محمد عبد القادر حاتم، الراي العام وتاثره بالاعلام والدعاية، ج2 بيروت، مكتبة لبنان، 1989، ص279.

(*) سيكتفي الباحث بشرح المعهد الجمهوري الدولي والمعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية فضلاً عن مؤسسة (NED) التي تعني "المشروع الوطني الديمقراطي" .

وتمول هذه المعاهد من الكونغرس بواسطة مؤسسة الهبة الوطنية نيد (NED)[1] او كما موضح في الشكل (3.7) .

الشكل (3.7)

يوضح هيكلية استخدام المنظمات غير الحكومية في الدبلوماسية الشعبية



وتقوم هذه المعاهد والمنظمات بجهود الدبلوماسية الشعبية بصورة مباشرة او عن طريق تمويلها لمنظمات المجتمع المدني في الدول الاخرى وان المنظمات غير الحكومية او منظمات المجتمع المدني تقوم على اساس السعي لنشر قيم وترسيخ مفاهيم وافكار تخدم الصالح العام دون ان يقصد منها تحقيق ربح مادي وتكون

(1) International Republican institute, http:// www.iri.org/ history. Asp.

المبادرة من الناس على اساس انها مدعومة بقيم وافكار نسبية ، ويمكن تعريف المجتمع المدني بانه "المجتمع الذي يشارك في بنائه المواطنون ليس بآليات او استراتيجيات مالوفة (الانتخابات مثلاً) بل عبر اقامة مؤسساتهم ومنظماتهم كآليات للتأثير على واقعهم ورسم افاق لمستقبلهم، عبر تكريس قيم الديمقراطية والتعددية حتى لاتكون مصائرهم في ايدي مؤسسات الدولة وحدها"[1]. ولايضاح دور منظمات المجتمع المدني في الدبلوماسية الشعبية يقول جوزيف ناي[2] "في عام 1963 كان ادوارد مورو الصحفي الشهير، الذي تولى ادارة وكالة المعلومات الامريكية اثناء ولاية الرئيس كيندي يعرف الدبلوماسية الشعبية باعتبارها عمليات تفاعل ليس فقط مع الحكومات الاجنبية بل وفي الاساس مع الافراد والمنظمات غير الحكومية، التي كثيراً ما تقدم مجموعة متنوعة من وجهات النظر الحكومية".

أ- المشروع الوطني للديمقراطية

The national Endowments For Democracy (NED) :

بعد الاعتماد على جهاز المخابرات (CIA) لتمويل نفقات بعض الصحف والاحزاب في اوربا عقب الحرب العالمية الثانية من اجل استخدامها في حرب الافكار التي سادت انذاك مع بداية الحرب الباردة استنتجت ادارة الرئيس الامريكي "جونسون" بوجوب قطع ذلك التمويل موصية باقامة (الية شعبية خاصة) لتمويل الفعاليات في الخارج، وقد قدم البرلماني دانتي فانسيك في نيسان عام 1967 لائحة لانشاء معهد للشؤون الدولية يجيز التمويل العلني لبرامج تعزيز القيم الديمقراطية وعلى الرغم من عدم نجاح اللائحة الا انها ادت الى نقاشات داخل نطاق الادارة اوجدت الاهتمام بكيفية تطوير طرق جديدة للمناقشة الايديولوجية ومن ثم الاتصال بين الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي انذاك وتعززت تلك الاراء الخاصة بتعزيز

(1) رحمن الجبوري ، المبادئ الاساسية لعمل المنظمات غير الحكومية، بغداد، المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية ـ مكتب بغداد، د. ت.، ص1.

(2) Joseph S. Nye , Selling America.
http:// www.project .org/ commentary/nye 17. 5/2/2006.

حقوق الانسان اثناء ادارة الرئيس جيمي كارتر الذي جعلها عنصراً اساسياً لسياسة الخارجية الامريكية في نهاية السبعينات من القرن الماضي وفي عام 1978 انشأ البرلمانيات فاسيل ودونالد فراير "المنظمة المستقلة غير الحكومية" والتي هدفها تعزيز حقوق الانسان وقد انشأ بموجب الورقة التي قدمها معهد لحقوق الانسان والحرية وليقدم مساعدات تقنية ومالية لمنظمات غير حكومية لتعزيز حقوق الانسان بالخارج[1].

وقد انشأ المشروع الوطني للديمقراطية (NED) في بداية عام 1983 في ظل الكونغرس[2] بالاستناد على فكرة مفادها مساندة الامريكيين من اجل توطيد الديمقراطية بالخارج سيعود بالفائدة للولايات المتحدة والشعوب المكافحة من اجل الحرية[3] وقد مولت الدراسات السياسية التاسيسية الامريكية بمبلغ 300000 دولار كهيئة مقدمة من قبل الوكالة الامريكية للتنمية الدولية عرفت باسم (برنامج الديمقراطية) تضمن عملها التنفيذي قسماً للمشاركات الخارجية وقد اوصى البرنامج بانجاز شركات غير تجارية وشركات خاصة لتكون مشروعا وطنيا للديمقراطية (NED)، وعلى الرغم من ان المشروع غير حكومي الا انه يمول بالتخصيصات ويشرف الكونغرس على مشروع (NED) كمؤسسة تمويلية توزع الاموال للمشاريع الخاصة بارساء الديمقراطية في الخارج[4].

ويقوم المشروع الوطني للديمقراطية (NED) بتمويل المنظمات غير الحكومية الداعية لنشر الديمقراطية في العالم كالمعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية والمعهد الجمهوري الدولي والمركز الدولي للعمل الحر فضلاً عن المركز الامريكي للثقافة الدولي[5].

---

(1) David Lowe , ideo to reality : NED at 20.
http:// www. Ned .org/ about/ned history htm/at 16-5-2006.
(2) http:// www.iri.org/history.asp.17/3/2006.
(3) David Low . Op. cit.
(4) Ibid.
(5) http:// www.iri.org/history.asp.17/3/2006.

المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية

The National Democratic Institute (NDI):

تأسس المعهد الديمقراطي الوطني (NDI) والذي يرتبط بالحزب الديمقراطي الامريكي سنة 1983[1]، وهو معهد يسعى الى تعزيز المؤسسات الديمقراطية في الانظمة الديمقراطية الحديثة والنامية عن طريق العمل مع الاحزاب السياسية والمنظمات المدنية والبرلمانات والمؤسسات الاخرى ... وللمعهد الذي مقره الرئيس في واشنطن هيئة من (120) شخصاً وله مكاتب فرعية في افريقيا واسيا ومنطقة البحر الكاريبي واوربا الوسطى والشرقية في الشرق الاوسط وبلدان ما يعرف سابقاً بالاتحاد السوفيتي[2].

والمعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية هو منظمة غير ربحية ويهدف الى بناء المنظمات السياسية والمدنية وصون نزاهة الانتخابات فضلاً عن تشجيع مشاركة المواطنين، وتعزيز الشفافية والمسألة في الحكومة. وللمعهد مجلس ادارة تترأسه مادلين اولبرايت وزيرة الخارجية الامريكية السابقة[3]. ويتلقى المعهد تمويله فضلاً عن المشروع الوطني من اجل الديمقراطية (NED) من الوكالة الامريكية للتنمية الدولية (USAID) وغيرها من وكالات التطوير العالمية والهيئات الخاصة[4].

ج- المعهد الجمهوري الدولي

International Republican Institute (IRI)

انشئ المعهد الجمهوري الدولي والذي يرمز له (IRI) في عام 1983م

---

(1) National Democratic institute ,20 year NDI working to strengthen and expend democracy world wide.

(2) المعهد الديمقراطي الوطني، كيف تقوم المنظمات المحلية بمراقبة الانتخابات ترجمة واخراج ، وكالة قاسم للترجمة والاعلانات، 1997، ص9.

(3) روبرت نوريس وباتريك ميرلو ، مراقبة الاعلام لتعزيز الانتخابات الديمقراطية ، ترجمة نور الاسعد ، ط2 ، المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية ، 2002 ، ص 3 .

(4) National Democratic institute , 20 years NDI , OP. cit.

كمبادرة من الرئيس الامريكي رونالد ريغان(*) بهدف ارساء الديمقراطية وبمشاركة اعضاء من مختلف الاحزاب الامريكية انشئ المعهد كجزء من المشاريع الوطنية للديمقراطية وفتح ابوابه عام 1984 مطلقاً برنامجه الاول في تلك السنة لمساعدة مواطني غرينادا (Grenada)(**) ومن اهم مشاريعه[1]:

1. في عام 1986 تابع مراقبو هذا المعهد التزوير المرتكب في الانتخابات الفلبينية من قبل فرناند ماركوس عندما كانت كورازون اوكينو هي الرابح الحقيقي فيها .
2. توجت برامج المعهد في امريكا الوسطى سنة 1990 بالانتخابات الديمقراطية الاولى في نيكاراغوا .
3. ساعد فريق عمل المعهد ومراقبو الانتخابات الجمهور السوفيتي على الانتخاب بعد انهيار الشيوعية عام 1993 .
4. قام في عام 1990 بالعديد من المحاولات في اوربا الشرقية لتشكيل تحالفات وادارة حملات كما قامت كل من بولندا وجمهورية الجيك وهنكاريا وبلغاريا وسلوفاكا ورومانيا واسترينا ولاتقيا و ليتوانيا بانجازات ديمقراطية كبيرة بعد احداث 11 ايلول/سبتمبر عام 2001 والتحولات في افغانستان والعراق ركزت برامج المعهد على الشرق الاوسط ومن اهم البرامج التي قام بها[2].

1. توسيع الفرص السياسية امام المرأة في الاردن.

(*) قال الرئيس الامريكي الأسبق رونالد ريغان في خطاب موجه للبرلمان الانكليزي عام 1982م ان الهدف الذي تقدمت به بسيط تماما وهو تعزيز دعائم الديمقراطية وانظمة الصحافة الحرة والانحادات والاحزاب السياسية والجامعات التي تمكن الافراد من اختيار طريقهم الخاص بتطوير ثقافتهم لتقليل الاختلاطات بينهم .

(**) كرينادا هي جزيرة تقع في جنوب شرق **البحر الكاريبي**. تقع شمال **ترينيداد وتوباغو**، غزتها الولايات المتحدة عام 1983.

(1) International Republication institute , celebrating 20 years :Advancing democracy world wide . Annual report , 2003 P30 .

(2) Ibid.

2. اطلاق اول صحيفة مستقلة في افغانستان .
3. برامجه في بغداد امتدت الى بقية المحافظات والاقاليم تساعد على انتقال العراق نحو الديمقراطية .

ويتضح من ذلك ان المؤسسات الامريكية غير الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني تقوم بنشاطات الدبلوماسية الشعبية بل انشئت لاجل هذا الغرض وتقوم المؤسسات الحكومية بالنشاطات الآتية:

1. نشاطات الدبلوماسية الشعبية بشكل مباشر عن طريق في الدول الاخرى وبالتالي تصدير القيم الامريكية او تعريف المجتمعات الاخرى باهتمام الولايات المتحدة بالديمقراطية وحقوق الانسان.
2. تمويل نشاطات الدبلوماسية الشعبية في البلدان الاخرى مثل تمويل المعهد الجمهوري (IRI) والديمقراطي (NDI) للعديد من منظمات المجتمع المدني في الدول الاخرى.
3. تشارك المؤسسات غير الحكومية من برامج التبادل الثقافي حيث يتم دعوة العديد من (الزائرين والطلبة وقادة الراي) عن طريق تلك المنظمات بشكل عام والمعهدين الجمهوري والديمقراطي بشكل خاص حيث قام المعهدان بتوجيه الدعوات في برنامج الزائر الدولي عن طريق المنظمات غير الحكومية في البلدان الاخرى[1].
4. مع ان هذه المنظمات تبدو كمنظمات مجتمع مدني الا ان القائمين على ادارتها هم من كبار الساسة والبرلمانيين السابقين والحاليين الذين ينتمون للحزبين الجمهوري والديمقراطي في الولايات المتحدة الامريكية ، فعلى سبيل المثال ان المعهد الديمقراطي الدولي " NDI " تراسه وزيرة الخارجية الامريكية السابقة مادلين اولبرايت كما ان المعهد الجمهوري مترأس من قبل السيناتور الامريكي جون ماكين كما يضم وزير الخارجية السابق لورانس اكلبيركر ومستشار الامن القومي السابق برينت سكوكروفت.

(1) Peter G. Peterson : Op. cit, P.17 .

وبذلك تتضح اهمية تماشي اهداف وسياسة وستراتيجية هذين المعهدين مع السياسة الامريكية بشكل عام وحرص المعهدين على تحقيق اهداف تلك السياسة.

ويتبين من خلال هذا الفصل ان الولايات المتحدة الأمريكية اشئت هذه المؤسسات الحكومية وغير الحكومية او اعطت بعضها دور بهدف التأثير على الجماهير الأجنبية لتحقيق مصالحها عن طريق ايصال افكارها وتبرير سياساتها الخارجية.

الفصل الثالث

وسائل اعلام الدبلوماسية الشعبية
في الولايات المتحدة الأمريكية

المبحث الأول

الإذاعات الدولية الأمريكية الموجهة

قبل احداث 11 ايلول/سبتمر 2001م

أولاً– دور الإذاعات الدولية في الدبلوماسية الشعبية:

تعد الاذاعات الدولية ذات دور مهم في التأثير على الرأي العام العالمي ، فهي الوسيلة التي لا يمكن منعها من الوصول الى جميع انحاء العالم خاصة بعد التطورات الهائلة التي شهدتها تقنيات الارسال عبر الاقمار الصناعية . فهي تنقل الرسائل الدولية مستهدفة استمالة المستمع ، عن طريق تقديم موضوعات تساهم بتعديل خلفية اتجاهاته تمهيداً لعمل قادم في المستقبل اذا ما دعت الحاجة لذلك[1]. "كما تعد اداة سياسية للتنمية والتثقيف السياسي في حالتي الحرب والسلم ولها دور فعال في تقوية الروابط بين افراد المجتمع عن طريق توحيد افكارهم"[2]، او توحيد خبرتهم واهتماماتهم تجاه القضايا المختلفة . وعلى هذا الاساس لا يمكن الاستغناء عنها في الاتصال الدولي[3]

وغالباً ما تكون الاذاعات الدولية خاضعة خضوعاً مباشراً او غير مباشر لدولها وحكوماتها ، فهي تعد الصوت الرسمي للدولة الذي ينقل وجهة نظرها وترجمة سياستها ، كما تسعى الدول عن طريقها الى تحقيق مكاسب سياسية او دبلوماسية لها لدى الشعوب والدول الاخرى. إذ يشكل التبشير بافكار النظام

(1) احمد بدر ، الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية ، مصدر سابق ، ص238 .
(2) اسراء شاكر ، مصدر سابق ، ص79.
(3) جيهان رشتي ، الاعلام الدولي بالراديو والتلفزيون ،مصدر سابق ، ص3.

السياسي للدولة وايديولوجيتها المهمة الاساسية للاذاعات الموجهة لغرض نشر تلك الافكار على اوسع نطاق خارج حدودها وكذلك لكسب تأييد تلك الشعوب التي تخاطبها هذه الاذاعات[1].

ان اهم ما يؤشر استخدام الاذاعات الدولية في الدبلوماسية الشعبية، هو استخدامها من قبل الدول الاستعمارية تجاه مستعمراتها، "إذ وجهت هولندا بثاً الى مستعمراتها في جزر الهند الشرقية بصيغة منتظمة عام 1929، تبعتها اذاعة فرنسا التي بدأت البث الى مستعمراتها عام 1931، وقد استخدمت لغة تلك المستعمرات الى جانب اللغة الفرنسية ، وقد اكثرت الدول المستعمرة على الاشادة بتنظيمها والدعاية لنفسها بالتفوق في المجال الاقتصادي والسياسي والعسكري والحضاري"[2]. كما شهدت مرحلة الحرب العالمية الثانية استخدام الاذاعات الدولية لصالح اهداف السياسة الخارجية حيث ركزت الدول على شرح سياستها المختلفة[3].

لذلك اولت الولايات المتحدة الامريكية ومنذ اواسط القرن الماضي اهمية كبيرة للاذاعة الدولية، فقد لعبت الاذاعات الامريكية دوراً بارزاً وفعالاً في دبلوماسيتها الشعبية عن طريق الترويج للمصالح الوطنية الامريكية وتحقيق الفهم المشترك مع الشعوب التي توجه لها الاذاعات، فضلاً عن تاثيرها على المستمعين الاجانب[4].

وعلى الرغم من الدخول المتأخر للولايات المتحدة لميدان الاذاعات الدولية اذا ما قورنت بالدول الاستعمارية الاخرى، الا انها تعد اليوم من الدول التي تمتلك اكبر

---

(1) حميدة سميسم، الاتصال والاذاعات العربية الموجهة، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، سلسلة الموسوعة الصغيرة ، العدد (370)، 1990، ص13.

(2) سهير عبد الغني ، الاذاعة الدولية ، دراسة مقارنة لنظمها وخلفياتها ، الكويت ، مؤسسة علي جراح الصباح ، 1978 ،ص22 .

(3) المصدر نفسه ، ص23 .

(4) سهير عبد الغني بركات ، مصدر سابق ، ص14- 15.

واضخم الاذاعات الدولية التي تبث خدماتها وارسالها الى مناطق واسعة من العالم[1]

ومع ان نظام الاعلام في الولايات المتحدة الامريكية يصنف ضمن نظام المجتمعات الديمقراطية الا ان الملكية فيها تعد ضمن نظام الملكية العامة[*] والذي يعني ان تكون بعض وسائل الاعلام مملوكة للدولة ، وغالباً ما تكون وسائل الاعلام التي تكون ملكيتها تابعة للدولة ليس لها تاثير في داخل المجتمع وتكاد تنحصر في وسائل الاعلام الدعائية الموجهة خارج الحدود . فالحكومة الفيدرالية تملك اذاعة صوت امريكا في واشنطن، والاذاعات التي تتبع قواعد الجيش الامريكي في اماكن مختلفة من العالم[2].

كما قامت وزارة الدفاع الامريكية ببث اذاعات الى الجمهور الخارجي اثناء الحروب كالاذاعة التي بثها الجيش الامريكي من مطار بغداد الدولي اثناء الحرب على العراق سنة 2003م وبعدها ، اما في حالة السلم فقد تم انشاء الكثير من الاذاعات الامريكية الموجهة بناءً على قانون (سمث موندت Smith Mundth) (القانون الامريكي العام رقم 402) الصادر عام 1948 والقاضي بامكانية انشاء مثل هذه الاذاعات في وقت السلم ، حيث اتاح هذا القانون الفرصة لحكومات الولايات المتحدة المتعاقبة لكي تقدم صورة كاملة وعادلة عنها للعالم ، حيث انطلق انشاء تلك الاذاعات[**] من مبدئين هما[3]:

---

(1) ماجي الحلواني ، مصدر سابق ، ص103 .

(*)هنالك ثلاثة انواع من ملكية وسائل الاعلام في النظم الاعلامية الديمقراطية وهي نظام الملكية العامة ونظام الملكية المختلطة (Simipublic owner ship) ونظام الملكية الخاصة (private ownership) ولمعرفة المزيد عن نظام الملكية في وسائل الاعلام الامريكية انظر محمد بن سعود البشر، مصدر سابق، ص81- 83.

(2) المصدر نفسه ، ص79- 80 .

(**) وهذه الاذاعات التي اطلق عليها الاذاعات الرمادية مثل راديو اوربا الحرة التي تاسس عام 1950 وراديو الحرية الذي بدأ البث عام 1951 فضلاً عن راديو اسيا الحرة .

(3) جيهان رشتي ، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية ، مصدر سابق ، ص137 .

أ- تشويه صورة الاتحاد السوفيتي السابق لدى شعوب البلدان التي تبث اليها ، وبالتالي تحقيق برنامج وقف المد الشيوعي.

ب- تعريف شعوب تلك الدول بالولايات المتحدة على انها بلد الحرية والديمقراطية مستغلين الواقع البوليسي الذي كانت تعيشه الدول الاشتراكية آنذاك.

وقد وجهت الولايات المتحدة الامريكية منذ ثلاثينيات القرن الماضي وحتى الحادي عشر من ايلول / سبتمبر عام 2001م العديد من الاذاعات الموجهة التي تهدف الى تحسين صورتها لدى الشعوب الاخرى وذلك بشرح وتفسير السياسة الخارجية الامريكية ، وقد لعبت مجريات الاحداث السياسية في توجيه هذه الاذاعات لراديو اوربا الحرة الذي فرضته الحرب الباردة مع المعسكر الشرقي بعد الحرب العالمية الثانية وراديو مارتي الذي وجه الى كوبا للغرض نفسه ، وقد استمرت بعض هذه الوسائل الاعلامية حتى يومنا هذا فيما توقفت بعضها وتحول البعض الاخر الى مؤسسة اعلامية جديدة في الوقت الذي اشرفت فيه وزارة الخارجية ووكالة الاستعلامات الامريكية على الاذاعات الامريكية الموجهة خلال المدة التي امتدت من خمسينيات وحتى منتصف التسعينيات القرن الماضي التي شهدت استحداث مؤسستين لادارة شؤون الاذاعة الدولية هما :

أ- مجلس امناء البث (الاذاعة)

Broadcasting Board of Governor's (BBG):

تأسس مجلس امناء البث (الاذاعة) كمؤسسة اتحادية وفق القانون الامريكي العام (103- 236) لسنة 1994[1]. وقد اعطي لهذه المؤسسة اسم "مجلس امناء البث" كاسم قانوني[2] لتتولى ادارة الاذاعات الدولية الأمريكية والإشراف عليها ما عدا تلك الاذاعات التي يتولى الجيش الامريكي الإشراف عليها[3] .

(1) Broadcasting board of governors , annual report 2005, p.10.
(2) About BBG. http://www.bbg.gov/bbg about us. CFM 2004-2006..
(3) US international broadcasting http://www.rf.org /English / about / board / international broad casters 4.3.2006.

ويضم مجلس امناء البث(الاذاعة) (BBG) تسعة اعضاء بينهم ثمانية من اعضاء الكونغرس اربعة منهم من الجمهوريين واربعة آخرين من الديمقراطيين فضلاً عن وزير الخارجية الامريكي ويراس المجلس حالياً كينث توملسون[1]، ويتولى مجلس امناء البث (الاذاعة) (BBG) من خلال الاذاعات الدولية التي يشرف عليها ويمولها ، جلب الاخبار والمعلومات الى الجمهور الخارجي في العالم بـ(61) لغة[2].

ويتابع اخبارها كل اسبوع جمهور يقدر بـ (140) مليون مستمع ومشاهد فضلاً عن متصفحي الانترنت[3]، ويشير تقرير صدر سنة 2005م الى ان مهمة مجلس امناء البث (الاذاعة) في فترة ما بعد 11 ايلول / سبتمبر 2001 هي الترويج للحرية والديمقراطية وتزويد الجمهور في الخارج بالمعلومات الدقيقة حول الولايات المتحدة وكذلك تزويد ذلك الجمهور بالبرامج التي تلهم الفضول الثقافي وتدعم التطلعات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وحقوق الانسان واوضح التقرير ان وظيفة الـ(BBG) هي ايصال الاخبار والمعلومات الدقيقة وبرامج المناقشات السياسية والثقافية الى الجماهير التي لا تستطيع تلقي ذلك من اجهزة اعلامها المحلية[4].

في عام 1998 وقع الكونغرس والرئيس الامريكي بيل كلنتون قانون اعادة اصلاح وهيكلة الشؤون الخارجية ، وهو (القانون العام 105- 277)[*] الذي اصبح بموجبه مجلس امناء البث (الاذاعة) في الاول من تشرين الاول / اكتوبر

(1)Petev G. Peterson and other's finding America's voice: A strategy for Rein vigovation U.s. public diplomacy report for an Independent task force sponsored by the council on foreign Relation. 2003. P54.

(2)About BBG. Op.cit..

(3) broadcasting board of gorenors , annual report , 2005, p.2.

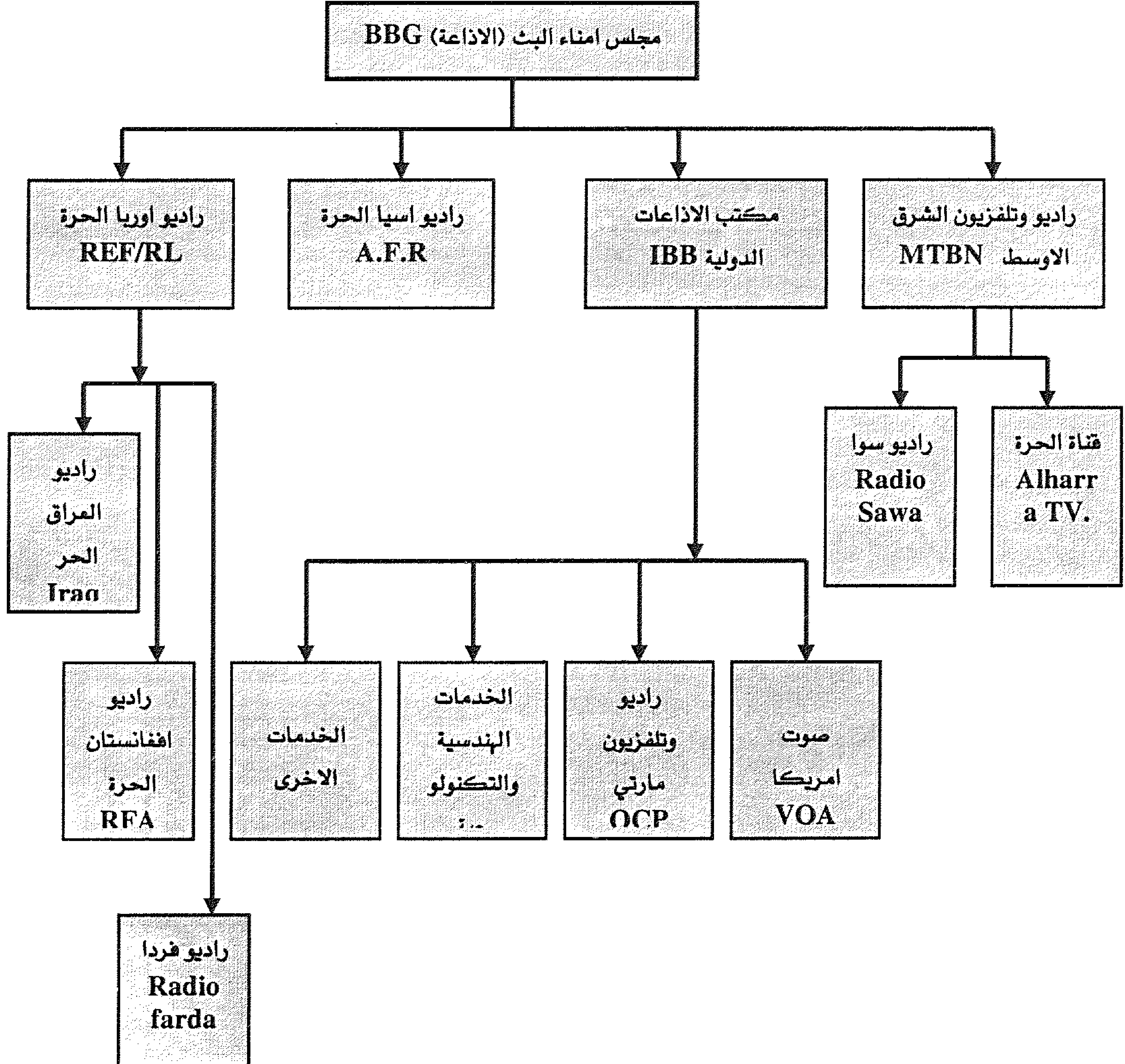
(4) Broadcasting board of governors , Fy 2005 performance and accountability report 2005 p.4.

(*) وهو نفس القانون الذي ادمجت بموجبه وكالة المعلومات الامريكية (USIA) بوزارة الخارجية الامريكية.

1999 مؤسسة اتحادية مستقلة كما اعطاه سلطة الاشراف على مكتب الاذاعة الدولي (IBB) واذاعة اوربا الحرة وراديو الحرية وراديو اسيا الحرة[1] . كما موضح في الشكل (4.1).

الشكل (4.1)

يوضح هيكلية الاشراف من قبل مجلس امناء البث على الاذاعات الدولية الامريكية



(1)Restructuring international broad casting in the 1990

http://www.roznews.com / English / about/ restructuring int 1990 CFM 4-1-2006 .

ب- مكتب الإذاعة الدولية

International Broadcasting Bureau (IBB):

حصلت الإذاعات الدولية الأمريكية دعماً اكثر عندما وقع الرئيس الامريكي (بيل كلنتون Bill Clinton) قانون الاذاعة الدولية (القانون العام 103- 236) في الثلاثين من نيسان / ابريل سنة 1994م حيث اسس بموجب هذا القانون مكتب الاذاعة الدولية (IBB) ضمن وكالة المعلومات (USIA) وكذلك مجلس امناء البث (الاذاعة) (BBC)[1]. ويشرف مكتب الاذاعات الدولية على صوت امريكا ومكتب خدمات الاذاعة الموجهة لكوبا ،كما يشرف على الخدمات الهندسية والفنية وكذلك خدمات الدعم الاخرى مثل الخدمات الادارية[2].

وبعد ادماج وكالة المعلومات الامريكية (USIA) بوزارة الخارجية سنة 1999 اصبح مكتب الاذاعة الدولية تابعاً لمجلس امناء البث (الاذاعة) (BBG)[3]. كمؤسسة اتحادية مستقلة تستلم توجيهاتها من وزير الخارجية الامريكي[4]. ويتكون مكتب الاذاعة الدولية (IBB) من صوت امريكا (VOA) ، ومكتب اذاعة كوبا (OCP) فضلاً عن مكاتب الدعم مثل مكتب الهندسة والخدمات التقنية ومكتب تنصيب البرامج والتسويق ، كما يعد مكتب الاذاعة الدولي مسؤولاً عن الادارة والاشراف ويقوم ايضاً بتزويد اذاعتي آسيا الحرة واوربا الحرة اعمالاً براديو الحرية بدعم الارسال والتسويق[5] .

---

(1) The voice of America : http://www.voanews.com English about index.CFM. 16-1-2006.
(2) About IBB: http : // www.ibb.gor /ibb about . html 5.4.2006.
(3) Ibid .
(4) Broadcasting board of governors , annual magazine of u.s international broad casters http://www.bbg.gov – about us. CFM 16-4-2006.
(5) Ibid.

ثانياً- اذاعة صوت امريكا (Voice of America (VOA

بدأت اذاعة صوت امريكا بثها اول مرة في 25 شباط سنة 1942 بخطاب القاه الرئيس الامريكي روزفلت وذلك بعد 79 يوماً من الغارة اليابانية على ميناء بيرل هاربر[1] . حيث بدأ الزعماء الامريكيون يدركون اهمية الاذاعة في الصراع[2].

وجاء في أحد القواعد الأساسية للعمل الإخباري في اذاعة صوت امريكا كما ذكر دستورها ان "على اذاعة صوت امريكا بوصفها الاذاعة الرسمية للولايات المتحدة ان تقدم سياسات الدولة بوضوح وفاعلية ، كما تضع على عاتقها ايضاً مناقشة وشرح هذه السياسات"[3]. ولذلك فانها تنسق اعمالها مع وزارة الخارجية ومكتب الاعلام بالبيت الابيض والهيئات الحكومية الاخرى التي تساهم في وضع سياسة الدولة[4].

ولعل دور اذاعة صوت امريكا في الدبلوماسية الشعبية يظهر بصورة واضحة عن طريق اهدافها التي اعلنتها بعد الحرب العالمية الثانية وهي[5]:

1- اقامة مجتمع دولي قومي ويتطلب هذا خلق جو من الثقة في العالم الحر، الثقة في اننا والعالم الحر يقوم بكل ما في وسعنا لاقامة عالم يعيش في امان.

2- تقديم امريكا بعدالة ومواجهة كل المفاهيم الخاطئة والمعلومات المضللة عن امريكا في جميع انحاء العالم ، واظهار قوة الولايات المتحدة المعنوية والاخلاقية بحيث تجعل الشعوب الاخرى ترغب بالتعاون معها.

3- ردع السوفيت او منعهم من القيام باي تعد آخر.

(1)Alen heil and others, gools and content of western broadcasting : voa , bbc , rias , in cold ware, broad casting impact report on conference organized by the horrer institution and cold ware international history project of the wood row Wilson international center for scholors at Stanford university , October 2004, p12..

(2) محمد عبد القادر حاتم، الراي العام ، مصدر سابق ، ص278.

(3) سهير عبد الغني بركات ، مصدر سابق، ص202.

(4) المصدر نفسه ، ص91.

(5) جيهان رشتي ، الاعلام الدولي ، مصدر سابق ، ص15.

4- المعاونة على اضعاف النفوذ السوفياتي، ليس بالاسلحة والعنف لكن بوسائل اخرى.

القسم العربي لاذاعة صوت امريكا:

بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية ، وجهت الولايات المتحدة الامريكية اهتمامها الى المنطقة العربية ، وحيث ان اذاعة صوت امريكا تسعى لشرح السياسة الامريكية تجاه مختلف الدول والشعوب ، فانها بدأت ارسال برامجها باللغة العربية في الاول من كانون الثاني لسنة 1950(*). ولم يزد طول برنامج بثه آنذاك عن النصف ساعة ، اقتصرت على نشرات الاخبار والسياسة فقط[1] ولم يقدم خدمة منتظمة الا في الاول من كانون الثاني سنة 1951[2]. وكان الارسال من مدينة نيويورك وعلى الموجتين المتوسطة والقصيرة ، ومن اجل البث وتقويته في المنطقة اقام الامريكيون محطة ارسال على ظهر سفينة تابعة لخفر السواحل الامريكية كانت ترسو بجوار شواطىء جزيرة (رودس) في البحر المتوسط[3]. "وفي سنة 1952 اصبح ارسال القسم العربي في اذاعة صوت امريكا ساعة كاملة"[4].

ومع تطور العلاقات العربية الامريكية وجهت الولايات المتحدة اهتمامها بصورة اكبر لمخاطبة الشعب العربي فدعمت ارسال صوت امريكا وطورت الكثير من برامجها لتحقيق اهداف السياسة الخارجية الامريكية[5].

(*) ذكرت الدكتورة : جيهان رشتي في كتابها الاعلام الدولي بالراديو ، ان ارسال البرامج العربية بدأ عام 1948.

(1) مفيد الديك ، وقفة حول الاذاعة العربية لصوت امريكا ، حملة الاذاعات العربية ، تونس ، اتحاد اذاعات الدول العربية ، العدد 4 ، لسنة 1992 ، ص92.

(2) جيهان رشتي ، الاعلام الدولي بالراديو ، مصدر سابق ، ص30.

(3) حميدة سميسم ، الحرب النفسية، مصدر سابق ، ص297.

(4) محمد علي العويني ، مصدر سابق ، ص119.

(5) ماجي الحلواني ، مصدر سابق ، ص108.

تطور القسم العربي في اذاعة صوت امريكا من حيث عدد ساعات الارسال في الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي، وفي سنة 1977 تطور البث بواسطة الاقمار الصناعية، حيث بدأ يبث بواسطتها الى محطات الارسال والتقوية في جزيرة (رودس) كما تطورت مدة الارسال سنة 1985 حيث وصلت الى تسع ساعات ونصف، اما في اوقات الازمات فوصل البث الى (14) ساعة يومياً[1]. وعمل القسم العربي لاذاعة صوت امريكا على بث انباء العرب والمسلمين في امريكا ، كما قدم العديد من البرامج عن العالم العربي والعلاقات العربية الامريكية[2].

كما تضمن القسم العربي برامج اخبارية موسعة ثقافية ورياضية وسياسية، تعتمد في اعدادها على مصادر عديدة كوكالات الانباء العالمية ووزارة الخارجية والبيت الابيض والهيئات الحكومية[3]، فضلاً عن الاستعانة بمصادر اخرى خاصة كشبكة المراسلين المنتشرين في العواصم ومكاتبها الاقليمية[*].

وقد توصلت احدى الدراسات[**] التي اجريت حول البرامج الثقافية في اذاعة صوت امريكا ان هناك تنسيقاً واضحاً بين البرامج والموضوعات التي تتناولها هذه الاذاعة وعلى وفق منهج استراتيجي واضح في مادته الاعلامية الموجهة للمستمع العربي وذلك لتحقيق اهداف هذه الاذاعة وفق ما يتلاءم وسياسة الولايات المتحدة الامريكية، كما اثبتت الدراسة ان برامج هذه الاذاعة (القسم العربي) وخاصة البرامج الثقافية تؤكد على ضرورة صنع صورة ايجابية ومشرقة للواقع الحياتي في

---

(1) حميدة سميسم ، الحرب النفسية، مصدر سابق ، ص298..

(2) اسراء شاكر ، مصدر سابق ، ص97.

(3) مفيد الديك ، مصدر سابق ، ص94.

(*) اعتمد القسم العربي لاذاعة صوت امريكا اثناء مدة بثها على مكاتبها الاقليمية في عمان والضفة الغربية ولبنان وسوريا والعراق وبلدان الخليج العربي عدا السعودية التي فيها مراسل يبعث مباشرة، فضلاً عن مراسليها في الرباط وفي تونس والخرطوم وبغداد ومن مراسلين ناطقين باللغة العربي في جنيف وفينا وباريس وديترويت ، انظر : حميدة سميسم ، الحرب النفسية : مدخل، مصدر سابق، ص298.

(**) اسراء شاكر ، مصدر سابق ، ص183- 184 .

المجتمع الامريكي عن طريق عرض الانماط المعاشية المتقدمة والرفاهية الاجتماعية والتقدم التقني والعلمي ، فضلاً عن التطور الامريكي في المجالات المختلفة.

وقد احتل القسم العربي في اذاعة امريكا المرتبة الاولى على بقية اقسام الارسال باللغات الاخرى والمرتبة الثانية بعد قسم اللغة الانكليزية من حيث عدد ساعات البث بشكل عام[1] ، وقد الغي القسم العربي عام 2001 بعد نقل خدماته الى راديو سوا الذي انشأ وبدأ بثه في 2 آذار من عام 2001م[2].

خدمات صوت امريكا المستحدثة:

بعد الاحداث التي ادت الى تقسيم يوغسلافيا السابقة الى عدة جمهوريات سنة 1991 قسمت الخدمة اليوغسلافية في اذاعة صوت امريكا في 21 شباط فبراير سنة 1993م الى خدمتين منفصلتين احداهما باللغة الكرواتية والاخرى باللغة العربية ، وقد سعت كلتا الخدمتين تقديم ساعات بث الى المنطقة ، كما غطى ارسالها مع خدمة اللغة السوفياتية الى منطقة البلقان ، فيما اضيفت خدمتان احداهما باللغة البوسنية سنة 1996م والاخرى باللغة المقدونية سنة 1999م وفي 15 تموز / يوليو سنة 1996م اضافت صوت امريكا الى خدماتها اللغة التاسعة والاربعين واللغة الخمسين للمستمعين في اثيوبيا واريتيريا احداهما بلغة ارتيريا والثانية بلغة اوروسو التي تتكلمها المجموعة العرقية الاكبر في اثيوبيا ، وفي اليوم نفسه اذاع صوت امريكا الذي كان يقدم خدماته الى منطقة كينيا وروانـدا وسط افريقيا باللغات الانكليزية والفرنسية والسواحيلية فأصبحت خدماته باللغة الحادية والخمسين والثانية والخمسين[3] . كما اضيفت خدمتان بلغتين جديدتين وهما صوت امريكا باللغة الاوردية ومحطة صوت امريكا باللغة الاندونسية ، لتصل هاتان الخدمتان الى شرائح عريضة من المشاهدين والمستمعين[4].

---

(1) سهير عبد الغني بركات ، مصدر سابق ، ص202.

(2) مقابلة اجراها البحث مع احمد الشيخ علي مدير راديو سوا – مكتب بغداد في 2006/5/11

(3) Voa history : innorations for anew century http://www.voanews.com /English / about / innorations for a new century. CFM..10-4-2006.

(4) كلمة باتريشيا هاريسون ، مساعد وزير الخارجية للشؤون التعليمية والثقافية امام جمعية الشؤون الدولية في مجلس النواب يوم 19 اب / اغسطس 2004 م . انظر نشرة واشنطن- وزارة الخارجية الامريكية:
http://www.usinfo.gov

الخدمات التلفزيونية لصوت امريكا:

بدأ صوت امريكا ببث برامج تلفزيونية منذ منتصف التسعينيات من القرن الماضي، وكانت الخدمة التلفزيونية الموجهة الى الصين التي تحمل اسم "منتدى الصين" هي الخدمة الاولى حيث بدأت تبث برامجها في ايلول / سبتمبر سنة 1994م بواقع ساعة تلفزيونية واحدة عن طريق الاقمار الصناعية لكي يتم التقاطها عن طريق الصحن اللاقط ، كما اطلقت خدمة تلفزيونية باللغة الفارسية في 18 تشرين الاول / اكتوبر سنة 1996م وتبعته خدمة تلفزيونية باللغة الالبانية والاندونيسية والانكليزية والكرواتية والصربية[1] .

وتبث الخدمة التلفزيونية لصوت امريكا برامجها الان بـ(24) لغة وبواقع (50) ساعة اسبوعياً وتبث ارسالها على القمر الصناعي (Hotbird)[2].

وتعد اذاعة صوت امريكا بخدمتيها الاذاعية والتلفزيونية من اهم وسائل اعلام الدبلوماسية الشعبية الامريكية كونها تبث بـ(54) لغة ولهجة ، وفي سنة 2004م انخفض عدد اللغات التي تبث بها صوت امريكا الى (44) لغة بعد توقف والغاء البث باللغة السلوفاكية والرومانية واللاتيفية والليتوانية والهنغارية والاستونية والتشيكية فضلاً عن البلغارية ، كما تم الغاء القسم العربي وتوقفه سنة 2002م ، الا ان اذاعة صوت امريكا تبقى الصوت الرئيسي للولايات المتحدة الامريكية والمعبر عن وجهة نظرها[3] .

---

(1) OA history international for anew century , op. cit..
(2) Broadcasting board of governors Fy 2005 performance and accountability report , 2005, p5..
(3) Language services in voa http://www:voa.com 6-6-2006.

ثالثاً- اذاعة القطاع الامريكي في برلين (رياس)

Radio in the American Sector (RIAS)

توجه الولايات المتحدة الامريكية وسائل اعلامها الى الخارج لتخاطب شعوب الدول الأخرى. ضمن برنامج دبلوماسيها الشعبية كما قامت وزارة الدفاع الامريكية بتوجيه بعض الاذاعات اثناء الحروب التي قامت بها ومن بين تلك الاذاعات التي استخدمت فيما بعد لاغراض الدبلوماسية الشعبية، "اذاعة القطاع الامريكي في برلين (رياس RIAS)" التي بدأت ارسالها في شباط سنة 1946م[1] الى الجمهور الالماني بعد سقوط برلين نهاية الحرب العالمية الثانية.

وتعين وكالة المعلومات الامريكية هيئة خدمات الاستعلامات الامريكية (U.S information service) مجلس الاشراف على المحطة من المواطنين

(1) Alan hill and others, Op.Cit, P12.

(*) لا يقتصر الارسال الامريكي خارج امريكا على جماهير وشعوب الدول الاخرى بل توجه الولايات المتحدة بعض الاذاعات والقنوات التلفزيونية لجمهورها الامريكي المتواجد في الخارج كما هو الحال في شبكة القوات المسلحة الامريكية (التي يرمز لها بـ(AFN) اي (AMERICAN FORCES NETWORK) حيث تهدف هذه الشبكة التي انشئت في تموز / يوليو من عام 1943 الى توفير خدمة اخبارية اعلامية للجنود الامريكيين اينما وجدوا وتعرض هذه القناة برامج اخبارية وترفيهية عن الاحداث العامة لمئات الالاف من الجنود الامريكيين ولعائلاتهم كجزء من البرنامج العسكري عبر البحار ، ويشكل رجال القوات المسلحة 8.5٪ من العاملين في الشبكة ، وحيث ان هذه الشبكة ليست وحدة عسكرية فانه يعمل فيها مدنيون امريكيون او مواطنون من الدول التي تنشط للعمل فيها واهم ما في هذه الشبكة ان ارسالها متوافر للمشاهدين بشكل عام وهي تقدم نمطا من البرامج يظهر فيه الطابع الامريكي بشكل واضح ويستعين هذه الشبكة بدرجة كبيرة بالبرامج المحلية التي خلال ارتباطها في بعض ساعات البث بالشبكة الامريكية الرئيسية مثل (NBC) او (CNN) وتبث هذه الشبكة الان برامج الى الجيش الامريكي الموجود في العراق وقد استطاع الباحث التقاطها في بغداد وتابع برامجها للمزيد انظر :

1- American forces network http : en wikipedia.org / wiki/American forces network 4.12.2005
2- http : // www.afrts.osd.mil. 4.12.2005
3- http:// myafn.dodmedia.osd.mil:Vtv/services. 7.12.2005

الالمان[1]. كما تتلقى معونات مالية وامكانيات فنية من حكومة بون[2]. اضافة للتمويل الذي كانت تتلقاه من وكالة المعلومات الامريكية ووزارة الدفاع الامريكية. كما عملت اذاعة (رياس) على بث برامج دعائية للجمهور الالماني الشرقي اتسمت بانها برامج ونشاطات للدبلوماسية الشعبية لجلب نشاطات الجمهور الالماني وتقديم النموذج الراسمالي كما وعملت (رياس RIAS) في بادىء الامر كناطق باسم الاحتلال لالمانيا وعدت وسيلة لجعل المانيا المهزومة بلداً ديمقراطياً في بادىء الامر موضحة عدم ارتباطها بالبث المعادي للسوفيت ، الا ان هذه السياسة تغيرت مع بداية الحرب الباردة[3].

وبعد اشتداد الخلاف بين الجنرال لويس كلاب قائد قوات الاحتلال الامريكي وقائد الاحتلال السوفياتي اصبح دور اذاعة رياس (RIAS) كوسيلة للفوز بمعركة كسب عقول وقلوب الشعب الالماني واصبحت اذاعة رياس (RIAS) احتكار الاتحاد السوفياتي وسيطرته على وسائل الاعلام الالمانية في برلين في اعقاب الحرب ومنذ وضعت ازمة حصار برلين (1948- 1949) اذاعة رياس (RIAS) في مقدمة وسائل الكفاح لحفظ معنويات الشعب الالماني[4].

ادى تنامي الصراع الفكري اثناء الحرب الباردة الى اجراء تغيير في ستراتيجية بث اذاعة رياس (RIAS) حيث اصبح التركيز على هدم سيطرة السوفيت في شرق المانيا التي تحتوي على جمهور مهم لمستمعي الاذاعة[5]. وكانت برامج الاذاعة تلقى ترحيباً شعبياً بين المستمعين في جمهورية المانيا الديمقراطية[6]. إذ

(1) محمد علي العويني ، مصدر سابق ، ص309.

(2) جيهان رشتي ، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية ، مصدر سابق ، ص335.

(3)Alan hill and others , Op. cit. p.12.

(4)Ibid.

(5) Ibid.

(6) جيهان رشتي ، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية ، مصدر سابق ، ص335.

(*) كان لاذاعة رياس دور ملموس في اثارة اعمال الشغب في المانيا الديمقراطية سابقاً في تموز عام 1953 وبالتحديد في برلين الشرقية ، فقد عملت على تنظيم العصيان الثوري ، كما عملت على اغراق المانيا الشرقية (سابقاً) بالاخبار ووجهات النظر الغربية ، انظر جيهان رشتي ، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، المصدر نفسهُ ، ص365.

قامت ببث برامج تحريضية ضد الحكومة في المانيا الشرقية فعملت على التدخل في شؤونها الداخلية، وحثت المزارعين على عدم الانضمام للمزارع التعاونية وطالبت العمال بتخريب الانتاج واذاعة بيانات عن اللذين نجحوا في الهروب من جمهورية المانيا الديمقراطية (الشرقية) سابقاً(*).

كما عملت على بث برامج ترفيهية امريكية لجذب الشباب والاطفال فكانت تذيع على سبيل المثال دروساً لمدارس الاطفال كانت تقدم لتعديل او مواجهة ما تم تدريسه في المانيا الشرقية(1).

وفي ظل اشتداد الحرب الباردة اتخذ مجلس الامن الوطني الامريكي سنة 1950م في ادارة الرئيس الامريكي ترومان قراراً بانتهاج ستراتيجية جديدة تتخذ من استخدام عمليات الحرب النفسية والنشاط الخفي منهجاً لخرق الحاجز السوفياتي، واصبحت المانيا مسرحا مهما لعمليات الحرب النفسية بين القطبين، وتضمنت الاستراتيجية الامريكية تاسيس نشاطات وحركات مقاومة لمواجهة السيطرة الشيوعية بالشرق واستمرت هذه الجهود الى ادارة الرئيس ايزنهاور وقد رأت الولايات المتحدة ان يسير الراديو بخط حسن بين الثورة الفاتحة وتغذية روح المقاومة(2).

ويرى الباحث ان ظروف تاسيس وعمل اذاعة رياس (RIAS) تبين دور وسائل اعلام الدبلوماسية الشعبية في الحرب النفسية حيث عملت على تثقيف الشعب الالماني وعده لمرحل الديمقراطية من جهة كما عملت على مقارعة نفوذ الفكر الشيوعي وسيطرة الاتحاد السوفياتي السابق على المانيا الشرقية من جهة اخرى كما انها لم تعمل على كسب عقول الشعب الالماني وتحسين صورة الولايات المتحدة

---

(1) المصدر السابق ، ص365.

(2)Alan hill , Op. cit , p13.

(*) لجنة اوربا الحرة سجلت كمنظمة خاصة انشاها لاجئون سياسيون من دول اوربا الشرقية انذاك بمساعدة الجمهور الامريكي وقد ساعدت بالحقيقة الحكومة الامريكية عن طريق وكالاتها الحكومية لتستخدم اللاجئين السياسيين من دول اوربا الشرقية وذلك للتدخل في شؤون تلك البلدان او لعدها وسيلة ضغط في حربها النفسية ضد تلك البلدان ، انظر : جيهان رشتي ، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، مصدر سابق ، ص339

الامريكية لديه فحسب بل انها دخلت حرباً مع وسائل الاعلام السوفياتية من اجل الفوز بعقول الشعب الالماني من جهة وتشويه صورة الاتحاد السوفياتي من جهة اخرى.

رابعاً- راديو اوربا الحرة / راديو الحرية

Radio Free Europe / radio liberty

بدات اذاعة اوربا الحرة ارسالها في 4 تموز / يوليو سنة 1950 حيث اذاعت برامجها الاولى باللغة التشيكية والسلوفاكية وبعد ذلك اذاعات باللغات البولندية والبلغارية والمجرية والرومانية وقد ارتبط انشاؤها من قبل الولايات المتحدة بلجنة اوربا الحرة[1].

و تعد الولايات المتحدة راديو اوربا الحرة الذي يشرف عليه مجلس امناء الاذاعة (BBG) مؤسسة غير ربحية تذيع برامجها الى الدول الشرقية وجنوب شرق اوربا روسيا ، القوقاز، آسيا الوسطى، الشرق الاوسط فضلاً عن جنوب غرب آسيا في امتداد للبلدان من بيلاروسيا الى افغانستان ومن البحر القطبي الى الخليج العربي[2]. وتذيع الان برامجها بتسع وعشرين لغة حيث تذيع اكثر من (1000) ساعة من برامجها كل اسبوع[3]. تركز خلالها على الاحداث ضمن اوربا الشرقية فضلاً عن برامج تخص التطورات الديمقراطية والاقتصاد ، كما نجحت برامج الاذاعة في ذلك الوقت بحث جمهورها على الكفاح والتغلب على الانظمة الشيوعية الاستبدادية[4].

تم تمويل راديو اوربا الحرة اولياً عن طريق وكالة المخابرات المركزية الامريكية حتى سنة 1972م[5]. حيث انتقل بعدها تمويله الى الكونغرس

(1) المصدر السابق.

(2)Broadcasting board of governors , annual report 2005, p.8.

(3) Broadcasting board of governors , anlorgineztion of u.s international broadcasting . http://www.bbg.gov /BBG ABOUT US. Cfm /6-4-2006.

(4) Radio free Europe radio liberty in brief http://www.rfree/org /about/ orginazation /brief-frinj asp,6-4-2006.

(5) Cissie dore hill , voices of hope : the story of radio free Europe and radio liberty http://www.haover digest.org /014/dorhill.htm.12-4-2006.

الامريكي واصبحت ميزانيتها تناقش في المشاورات السنوية لاقرار الميزانيات للحكومة الاتحادية ، وتتسلم الاذاعة ذلك التمويل على شكل منحة من مجلس امناء البث (الاذاعة) (BBG)[1]. بعد تفكك الاتحاد السوفياتي السابق سنة 1992م ضغطت ميزانية اذاعة اوربا الحرة وانتقل مقرها الى براغ عاصمة جمهورية التشيك سنة 1995م حيث تم تقليل العمليات في اوربا ، واتساعها في مناطق اخرى مثل العراق وقد تبنت اذاعة اوربا الحرة عدة برامج موجهة للعالم الاسلامي في آسيا مثل البرامج الاذاعية التي وجهت الى ايران باللغة الفارسية سنة 1997م باسم راديو "آزادي" وكذلك الخدمة الاذاعية الموجهة الى العراق باللغة العربية وهي "اذاعة العراق الحر" التي بدات ارسالها الى العراق سنة 1994م كما وجهت اذاعة اوربا الحرة برامج الى كوسوفو سنة 1997م والى افغانستان باسم "راديو افغانستان" الحر[2].

وتختلف اذاعة اوربا الحرة عن راديو صوت امريكا حيث جاء في تقرير للجنة الرئاسية الخاصة بالاذاعات الدولية الذي نشر عام 1973 "ان وظيفة صوت امريكا تختلف عن راديو اوربا الحرة الموجه لدول اوربا الشرقية وراديو الحرية الموجه للاتحاد السوفياتي (السابق) فصوت امريكا يعد الصوت الاذاعي الرسمي لحكومة الولايات المتحدة الامريكية حيث تحتوي برامجه على قليل من المعلومات عن التطورات الداخلية في الدول الموجهة اليها ، اما راديو اوربا الحرة وراديو الحرية فيقدم كل منهما للمستمعين في هذه الدول المعلومات والاتجاهات والمواقف داخل بلادهم كما يبث التطورات الدولية التي تهم هؤلاء المستمعين"[3]. وفي ظل التطورات التي شهدتها اوربا عقب الحرب العالمية الثانية وبدء الحرب الباردة بين المعسكرين ن انشئت اذاعة راديو الحرية والتي تعتبر جزءاً من راديو اوربا الحرة وقد بدأ بث

(1) Radio free europal radio liberty has along and distinguished history , but it has been any thing but a simple one http://rferl.org /about/ organization history.asp.

(2) اذاعة اوربا الحرة موسوعة ويكيبيديا الالكترونية

.http://en,wikipedia .org /wiki/radio free europ , 17-1-2006

(3) محمد علي العويني ، مصدر سابق ، ص132.

برامجها في 1 آذار/ مارس سنة 1953م موجهة الى شعوب الاتحاد السوفياتي السابق وقواته المسلحة التي كانت ترابط آنذاك في دول اوربا الشرقية ذات الانظمة الشيوعية الموالية للاتحاد السوفياتي السابق ويمول راديو الحرية من تمويل اذاعة اوربا الحرة نفسه التي كانت تمول في بادىء الامر من قبل المخابرات المركزية الامريكية بالاشتراك مع وكالة المعلومات الامريكية (USIA)(1) يذيع راديو الحرية برامجه لمدة (76) ساعة اسبوعياً(2) وقد ردت الحكومات الشيوعية والاتحاد السوفياتي السابق على اذاعة اوربا الحرة وراديو الحرية بالتشويش(3).

زودت خدمة راديو اوربا الحرة سكان افغانستان بخدمة اذاعية لمدة 12 ساعة سميت باذاعة افغانستان الحرة(4). وقد سعت اذاعة اوربا الحرة وراديو الحرية الى مواجهة الشيوعية ونشر مفاهيم الديمقراطية(5).

ومن الملاحظ ان ارسال راديو اوربا الحرة استمر بعد انهيار الاتحاد السوفياتي الامر الذي يرجح الراي بان استخدام هذه الاذاعة ياتي من خلال جهود الدبلوماسية الشعبية الامريكية وليس الحرب النفسية التي كانت سائدة ابان الحرب الباردة ومن الملاحظ ان ارسال الاذاعة اتسع بعد تفكك الاتحاد السوفياتي وانفصال بعض الدول في اوربا الشرقية كيوغسلافيا وتشيكوسلفاكيا اتسع ليضم لهجات محلية اوربية كالمقدونية والعربية والبوسنية .

خامساً- راديو آسيا الحرة (RFA) Radio Free Asia

تاسست اذاعة آسيا الحرة (RFA) سنة 1996 وتذيع (200) ساعة في الاسبوع وتوجه برامجها بـ(9) لغات الى الصين، بورما ، فيتنام، لاووس، كمبوديا،

---

(1) سهير عبد الغني بركات ، مصدر سابق ، ص202- 204

(2)Cissie dor hill op.cit.

(3) Ibid.

(4) Broadcasting broad of governors , annual report, 2005, p.8.

(5) سهير عبد الغني بركات ، مصدر سابق ، ص204.

كوريا الشمالية[1]. ويعمل راديو آسيا الحرة (RFA) تحت اشراف مجلس امناء البث (الاذاعة) (BBG) كما تتلقى تمويلها عن طريق هذا المجلس من الكونغرس الامريكي[2].

ويروج راديو آسيا الحرة (RFA) تحذف نهائياً برامجه للافكار المساندة للديمقراطية والحرية وحقوق الراي والتعبير حيث تذيع برامجها الاخبارية والتحليلات والتعليقات فضلاً عن المعلومات الوثائقية وتبث برامجها على الموجة القصيرة[3]. ويواصل راديو آسيا الحرة (RFA) برامجه كصوت بديل للراديو المحلي في البلدان التي تبث بلغاتها حيث تمنع وتحدد حكومات تلك البلدان حرية الصحافة وتذاع برامج الاذاعة من على شبكة الانترنت في الموقع الخاص بها لكي تصل الى الجمهور المستهدف بصورة اكبر وبالاخص في الصين وفيتنام التي تحاول حكوماتها التشويش على بث الاذاعة[4].

سادساً- شبكة ورلدنت WorldNet TV

بدات الشبكة الدولية ورلدنت (WorldNet) عام 1983 لتستلم بثها اكثر من (57) دولة[5] وانشأتها وكالة الاستعلامات الامريكية في عهد الرئيس الامريكي ريغان وقد مثلت هذه الشبكة الاستراتيجية الامريكية في الثمانينيات ولاسيما بعد احداث غرينادا[6] لمعاونة المسؤولين الامريكيين على تفسير سياسات

---

(1) Broadcasting board of governors , anorganzation of u.s international broad casting http://www.bbg.gov/bbg. about us. cfm 16-4-2006.

(2) International broadcasting, http://www.rfa.org.2-4-2006.
English /about/board/international-broad casters an organization , op.cit. .

(3) Broadcasting board of governors, Op.cit..

(4) Broadcasting board of governors Fy , 2005 performance and accountability Op.cit.p7 .

(5) مجد الهاشمي، مصدر سابق ، ص67.

(6) حميدة سميسم ، الحرب النفسية، مصدر سابق ، ص301.

الرئيس الامريكي ريغان في جميع انحاء العالم[1]. وبسبب الطبيعة التنافسية للعمل الاخباري الدولي اثارت اذاعات تلك الشبكة الاختلافات في وجهات النظر بين الصحفيين الامريكيين الذين يرغبون في مراقبة اجزاء البرامج والاذاعات المتصلة بهم بعد ان منع الكونغرس وكالة الاستعلامات من نشر الدعاية في الولايات المتحدة مما ادى الى ابعاد الاخبار المتصلة بالولايات المتحد وخاصة برامج او لقاءات الوولدنت عن الصحفيين الامريكيين[2].

وينقل نظام الوولدنت برامج تبث على نقاط مختلفة يتم توصيلها ببعضها البعض بالاقمار الصناعية (Hookups) هذه النقاط مركزها السفارات الامريكية في دول العالم المختلفة ويوفر هذا النظام للصحفيين الاجانب الفرصة لمقابلة المسؤولين وسؤالهم عن القضايا الدولية الاساسية[3](*) ويتم ذلك من خلال تغذية الاجتماع الحواري(**) البعدي بواسطة التلفزيون[4].

(1) جيهان رشتي ، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية ، مصدر سابق ، ص333.

(2) المصدر نفسه .

(3) جيهان رشتي ، مصدر سابق ن ص333.

(*) على سبيل المثال اجاب وزير الخارجية الامريكي جورج شولتز في هذا البرنامج على اسئلة وجهها اليه الصحفيين في 13 عاصمة اجنبية حول الاوضاع في امريكا الوسطى حيث اجاب على اسئلة الصحفيون في سفارات امريكا في لندن وروما وبروكسل وبون وباريس وستوكولهم من استوديو في واشنطن وبعد ذلك بعدة ساعات اجاب هنري كيسنجر رئيس اللجنة التي تضم اعفاء من الحزبين على اسئلة الصحفيين الموجودين في مدن المكسيك ويور جاسيزد وكاركاس والبرازيل وفنزويلا وبوينس ايرس وكان يجيب عليهم من استوديو في بروكسيل وتقوم السفارات الامريكية بدعوة الصحفيين للمشاركة في البرنامج وترتيب اساليب الربط بالاقمار الصناعية انظر: جيهان رشتي ، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، ص331

(**) **الاجتماع الحواري البعدي** بواسطة التلفزيون (وهي وسيلة اعلام واتصال كاملة تسمح لمجموعة من **الاشخاص** الموجودين في اماكن مختلفة بان يجتمعوا ويتحاوروا ويتبادلوا المعلومات حول موضوع معين دون الانتقال من اماكن او بلدان عملهم وتركز هذه الوسيلة الاتصالية على مجموعة من استوديوهات فيديو متصلة فيما بينها بواسطة سواتل تمكن المشاركين من تبادل الخبرات والمعلومات فيما بينهم وسيغادر رجل العلاقات العامة من هذه الوسيلة الاعلامية وذلك لانها توفر له الاتصال مباشرة مع الشخص او الاشخاص عن موضوع الحدث الذي ينوي الاتصال للاسيتلام عن اية مشكلة او ظاهر او حدث يواجهة انظر: المصدر السابق ، ص97.

(4) ناهض فاضل زيدان ، مصدر سابق، ص97.

ووفقاً لجان همنج (Jan Hemming) المتحدث باسم الوولدنت قدمت وكالة الاستعلامات الامريكية منذ نوفمبر عام 1983 حتى يناير 1984 حوالي 15 برنامجاً لاوربا ... ويستمر البرنامج عادة لمدة ساعة تقريباً ويوفر للصحفيين الاجانب فرصة اطول لسؤال المسؤول مما يسمح به عادة في المؤتمر الصحفي العادي الذي يعقد في الولايات المتحدة في التقارير الصحفية الاخبارية وعلى شاشات التلفزيون المحلي او في البرامج الاخبارية الاذاعية[1].

وبشكل عام فان نظام تلفزيون الورلدنت اثبت انه نظام فعال في الدبلوماسية الشعبية الامريكية لانه ضمن وصول وجهة النظر الامريكية بشكل سريع الى جميع انحاء العالم.

والمعروف ان برامج وكالة الاستعلامات الامريكية هذه لا تعرف كاملة في الولايات المتحدة لان الكونغرس منع الوكالة من توزيع انتاجها الاعلامي داخل حدود الولايات المتحدة والهدف هو منع نظام الورلدنت من ان يصبح منظمة دعائية تديرها الحكومة وقد اعرب عدد من الصحفيين الامريكيين والاجانب الذين يعملون في واشنطن عن قلقهم لوكالة الاستعلامات الامريكية لانهم لا يحصلون على نفس المزايا المتاحة للصحفيين في الخارج[2]. وقد تم دمج تلفزيون الورلدنت مع تلفزيون VOA سنة 2002م[3].

سابعا - راديو وتلفزيون مارتي
(OCB) Office of Cuba broadcasting

في ظل الصراع الايديولوجي بين الكتلتين الشرقية بقيادة الاتحاد السوفياتي السابق والغربية بقيادة الولايات المتحدة الامريكي ابان الحرب الباردة وجدت الولايات المتحدة الامريكية ضرورة وجود ارسال اذاعي الى كوبا التي يحكمها نظام شيوعي موال للاتحاد السوفياتي السابق وفي ظل الاجواء التي سادت مرحلة الدفاع الصاروخي ابان مدة حكم الرئيس الامريكي رونالد ريغان، اقر الكونغرس الامريكي اطلاق خدمة اذاعية موجهة الى كوبا بموجب القانون العام رقم (98- 111) لسنة 1983[4].

وقد بدأ راديو مارتي بث برامجه الى كوبا في الـ(20) من آيار / مايو سنة 1985

(1) جيهان رشتي ، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية ، مصدر سابق ، ص334.
(2) المصدر نفسه ، ص334.
(3) Broadcasting board of governors , annual report 2002 , p5.
(4)Broadcasting board of governors , an orginazation of us international of broad casting . http://www.bbg.gov/bbg gov/bbg about us. cf. 6-4-2006.

لتذيع الاخبار والبرامج التحليلية على طول ايام الأسبوع باللغة الاسبانية[1]. مدمجا برامجه مع اذاعة صوت امريكا ولكنه سرعان ما استقل منفصلاً عنها اي اصبح كخدمة منفصلة مع انه يتبع تعليمات صوت امريكا التحريرية[2].

اما تلفزيون مارتي فقد بدأ الارسال في سنة 1990م كخدمة تلفزيونية حيث اصبح عنوان الخدمة الموجهة الى كوبا باسم " راديو وتلفزيون مارتي" من مدينة فلوريدا الامريكية بعد صدور القانون العام (459) لسنة 1988 الذي حول الكونغرس بموجبه وكالة المعلومات الامريكية (USIA) التي كانت تشرف على البث الخارجي قبل دمجها في وزارة الخارجية عام 1999. انشاء تلفزيون كوبا بعد تخصيص 23.3 مليون دولار كمنحة تاسيسية[3]. وقد بدا تلفزيون مارتي في عام 1996 بنقل عملياته الى مدينة ميامي الامريكية بدلاً من واشنطن وقد اكتمل النقل الى ميامي عام 1998[4].

وتناقش مواد راديو وتلفزيون مارتي الاوضاع الاقتصادية لكوبا فضلاً عن مبادىء المجتمع المدني وحقوق الانسان والديمقراطية وحرية الصحافة كما تركز البرامج على العلاقات الكوبية الامريكية[5]. ومع قيام الحكومة الكوبية بالتشويش على برامج راديو وتلفزيون مارتي الا ان استطلاعاً لراي النازحين الكوبيين المتوجهين الى الولايات المتحدة اجراه مكتب خدمات البث الى كوبا لتقييم فعالية تلفزيون مارتي اكد بان (26٪) من الكوبيين يشاهدون تلفزيون مارتي[6].

وقد خصصت وزارة الدفاع الامريكية طائرة تمت استعارتها من حرس بنسلفانيا الوطني لتستخدم في الارسال الاذاعي والتلفزيوني الموجهة لكوبا، حيث اعلنت وزارة الخارجية في 21 اب / اغسطس سنة 2002م ان البث الاذاعي والتلفزيوني عن طريق طائرة (C-130) استخدم بنجاح بتطبيق على حدة عمليات التشويش التي تمارسها الاجهزة الحكومية على المواد المذاعة عن طريق راديو وتلفزيون كوبا[7].

(1) Broadcasting board of governors annual report 2005 , p.6.
(2) Broadcasting board of governors annual report , 2002, p10.
(3) U.S general accounting office.
(4) Broadcast to Cuba , tv marti survey are-flowed , report to the chairmo sub committee on over sight and investigations , 1990, p.1 .
(5) Broadcasting board of governors annual report , 2002 .
(6) Broadcast to Cuba , tv marti survey , are flowed o.p cit. p6-7.
(7) Radio and television marti : Washington cuns after Castro at any cast : http://www.coha.org/2006/03/29/radio and tv marti Washington guns after Castro at any cost..

المبحث الثاني

وسائل الإعلام الدولية الأمريكية المستحدثة

بعد 11 أيلول/ سبتمبر 2001م

خصصت مساعي وجهود الدبلوماسية الشعبية الامريكية بعد احداث 11 ايلول / سبتمبر العديد من الوسائل الاذاعية والتلفزيونية للاتصال بالعالمين العربي والاسلامي وقد اسفرت الجهود الامريكية في هذا المجال عن انشاء ثلاث خدمات اذاعية موجهة هي "راديو سوا" الموجه للوطن العربي و "راديو فاردا" الموجه الى ايران فضلاً عن شبكة "راديو افغانستان" الموجهة للجمهور الافغاني .

كما اسفرت تلك الجهود ايضاً عن انشاء قناة الحرة التلفزيونية الموجهة للعالم العربي . فيما دأبت برامج الدبلوماسية الشعبية على تطوير وافتتاح العديد من مواقع الانترنت التي تشرح وجهة نظر الحكومة الامريكية كما اصدرت "مجلة هاي (Hi)" باللغة العربية لتوزع في العالم العربي ايضاً.

اولاً - راديو سوا Radio Sawa

بدأ راديو "سوا" ارساله من واشنطن بعد احداث 11 ايلول / سبتمبر 2001 وبالتحديد في آذار عام 2002م ويذيع راديو "سوا" برامجه الموجهة باللغة العربية الى الجمهور في الوطن العربي على الموجات المتوسطة والقصيرة فضلاً عن استخدام الارسال على موجة الـFM في بعض الدول العربية منها العراق الذي بدأ البث فيه على هذه الموجة بعد انتهاء الحرب واحتلاله في عام 2003 مستخدماً تقنية الارسال عبر الاقمار الصناعية(1) .

(1)About radio sawa , http:// www.radiosawa.com/about-usaspx,22-12-2005.

ويذيع راديو "سوا" مزيجا من موسيقى البوب الغربية والعربية مع آخر الاخبار فيما تتصف بقية برامجه من تحليل الاخبار والمقابلات والبرامج الاخرى بانها قليلة وله موقع على الانترنت (www.radiosawa.com) يستطيع المتلقي ان يسمع آخر الاخبار والبرامج المقدمة عبر هذه الاذاعة فضلاً عن ارشيف البرامج[1].

ويعد راديو "سوا" احد اهم قناتي بث اذاعية وتلفزيونية استحدثا للبث الى الوطن العربي بعد احداث 11 ايلول / سبتمبر 2001 م بالاضافة الى قناة الحرة[2].

ويتم اعداد الاخبار والبرامج في استوديوهات راديو "سوا" في العاصمة الامريكية واشنطن ومدينة دبي في الامارات العربية المتحدة[*] فضلاً عن مكاتبها الاخبارية المنتشرة في مختلف انحاء الشرق الاوسط ويبث برامجه باللغة العربية على مدى (24) ساعة يوميا ولسبعة ايام في الاسبوع ويركز في نشراته الاخبارية على اذاعة احدث الاخبار المتعلقة بمنطقة الشرق الاوسط والولايات المتحدة وبقية انحاء العالم[3].

ويشكل راديو "سوا" وسيلة مهمة في دفع الدبلوماسية الشعبية الى الامام والتي تعتمد على كيفية برمجة الانشطة لتؤدي دورها في خلق الاتصالات بين الامريكيين والشباب العربي، فالاذاعات الدولية الامريكية تجد حلقات اتصال مع مستمعي محطات الراديو في الولايات المتحدة لتربط نداءاتها الموجهة للسياسة الامريكية ، كما عليها ان تتوسع خارج حدود العالم العربي والاسلامي لتصل البلدان الاسلامية التي لا تتكلم العربية مثل ايران[4] .

---

(1) Broadcasting board of governoss, an organization of us. International broad casting .http://www.bbg.gov/bbg about us. Cfm, 16-4-2006.

(2) Broadcasting board of governors annual report 2005,p.13.

(*) يبث راديو سوا ارساله برامجه في فترة الصباح من استوديوهات دبي في الامارات العربية المتحدة اي الفترة التي يكون فيها التوقيت في العاصمة الامريكية واشنطن بعد منتصف الليل فيما يبدا البث من العاصمة واشنطن في الساعة الثامنة صباحاً بتوقيت واشنطن اي الساعة الرابعة عصراً بتوقيت بغداد والثانية عشر بتوقيت كرنتش.

(3) About radiosawa.com, http://www.radiosawa.com/about-us aspx.22-12-2005

(4) Hady Amr , op.cit , p33 .

واعتمد راديو "سوا" استراتيجية معينة في بث برامجه تتمثل في الايقاع السريع في عرض مزيج من الاغاني ونشرات الاخبار السريعة وقد اكد مؤيدو راديو "سوا" في مجلس امناء الاذاعة (BBG) بان فكرة راديو "سوا" نجحت في جذب المستمعين في الشرق الاوسط خاصة وانها تجمع بين الموسيقى الغربية والعربية. وقد اكدت الابحاث الخاصة للمجلس بان هذه الستراتيجية نجحت في اختراق الشباب(*) من عمر 17 الى 28 سنة(1). ويشرف مجلس امناء البث الاذاعي (BBG) على راديو "سوا" عن طريق مؤسسة راديو وتلفزيون الشرق الاوسط (MTN) التي تشرف على قناة الحرة ايضاً(2).

ويتلقى راديو "سوا" تمويله من الكونغرس الامريكي الذي يخصص له ميزانية سنوية حيث يتولى مجلس الامناء (BBG) بالتعاون مع مجلس ادارة راديو "سوا" مسؤولية الانفاق ووضع التخصيصات المالية وفق الميزانية السنوية للراديو، حيث بلغت ميزانية الراديو سنة 2002م وهي سنة انطلاقة الراديو (35) مليون دولار منها (16) مليون دولار انفقت كمصاريف تأسيس راسمالية لمرة واحدة على المعدات والاجهزة وفي سنة 2003م خصصت للراديو ميزانية تقدر بـ(22) مليون دولار اما في سنة 2004م وصلت الميزانية الى (26) مليون دولار(3). فيما خصصت لراديو "سوا" ميزانية وصلت الى (22) مليون دولار عام 2005م وبالاضافة الى الميزانية السنوية

(*) وفقاً للتحليل الذي اجراه الاعلامي الامريكي الذي عمل في اذاعة صوت امريكا مامون قندي فان الشباب في قطرين عربيين هما السعودية والكويت اكد له انهم يستمعون الى راديو سوا من اجل الموسيقى – كما اكد تقرير لوزارة الخارجي بان راديو سوا يركز كثيراً على ربح المستمعين فقط، فليس هنالك وقت لتقديم مناقشات حول السياسة الامريكية انظر:

Jeremy M. Sharp , the middle east television network an overview crt, reporter for congress. February , 2005, p.2-3

(1) Jeremy M. Sharp Op.cit., p.2 .

(2) broadcasting board of governors, annual report , 2005, p3.

(3) مليار مسلم ، في بيت الطاعة الامريكي ، تقرير لجنة "تشيني" للدبلوماسية ، ترجمة مجدي عبد الكريم ، جريدة العربي المصري الاسبوعية ، العدد 879 ، بتاريخ 2004/10/5 ، ص6.

التي يخصصها الكونغرس لراديو "سوا"، فان وزارتي الدفاع والخارجية تساهمان بتمويل بعض البرامج والخدمات التي يقدمها الراديو[1].

ثانياً- شبكة راديو أفغانستان

Afghanistan Radio Network (ARN)

اطلقت شبكة راديو أفغانستان ارسالها في شهر آب/ اغسطس سنة 2002م[2] ويستهدف ارسالها الذي يعد أحد مصادر بث مجلس امناء الاذاعة (BBG) الجمهور في أفغانستان حيث تعد هذه الشبكة جزءاً من برنامج الحرب على الارهاب[3]. حيث عدت الولايات المتحدة الامريكية تنظيم القاعدة ونظام طالبان الذي يحكم أفغانستان المسؤول الاول عن هجمات 11 ايلول/ سبتمبر 2001م وعند بدء الحرب على كابل وبقية المدن الافغانية حتى احست الولايات المتحدة بضرورة وجود بث اذاعي يعمل على تحسين صورتها لدى الافغان . ولا تشبه شبكة راديو افغانستان راديو "سوا" او "فردا" الموجهتين لجمهور الشباب في العالم العربي وايران بل صممت لتصل الى المجتمع الافغاني كما صممت البرامج لتكون برامج محلية افغانية صرفة وذات مستوى عالمي من النواحي التربوية والاخبارية والمعلوماتية[4].

ووفقاً لبحوث اجراها مجلس امناء الاذاعة (BBG) فان خدمة (BBG) في افغانستان انتجت نسبة استماع جيدة حيث اشارت الى ان خدماتها في افغانستان سنة 1999م بلغت نحو (80٪) من البالغين الذكور ، فيما يشير الى انها ستحقق نسبة

---

(1) عبد الامير عباس حسين ، الشؤون العراقية في راديو سوا، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2006، ص122 .

(2) U.S general accounting office , u.s international broadcasting : challenges facing the broad casing board of governors , testimony before the subcommittee on commerce, justice , 2004 , p.11. state and judiciary L committee on appropriations , house of represation . .

(3) Ibid. p.12 .

(4) Ibid.

استماع تصل الى (45٪) من البالغين من الذكور والاناث في مناطق كابل ومزار شريف[1]. وتدير اذاعة اوربا الحرة شبكة راديو افغانستان فضلاً عن راديو افغانستان الحرة الذي سبق بثه من شبكة راديو افغانستان بعدة سنوات.

ثالثا- راديو "فردا" "راديو الغد" Radio Farda

بدأ راديو "فردا" والذي يعني "راديو الغد" باللغة الفارسية في كانون الاول ديسمبر من سنة 2002م وهو حاصل مشترك بين اذاعة اوربا الحرة وصوت امريكا، حيث تبث هذه الاذاعة ارسالها من واشنطن وبراغ وقد حل راديو "فردا" محل راديو "آزادي" الموجه لايران والذي كان يبث بواسطة راديو اوربا الحرة وراديو الحرية[2].

وقد انطلق راديو "فردا" بهدف التاثير على الجمهور المستهدف في ايران ويعد وسيلة اخرى من وسائل الحرب ضد الارهاب التي يطلقها مجلس امناء الاذاعة الـ(BBG)[3]. وبعد ايام من انطلاقه تحدث الرئيس الامريكي جورج بوش عن طريقه الى الشعب الايراني، اوضح بوش في اللقاء ان الولايات المتحدة تقف الى جانب الشعب الايراني في سعيه للحرية والرخاء وحكم نزيه وفعال يسوده القانون[4].

ويستخدم راديو "فردا" احدث الوسائل التقنية لجذب جمهوره المستهدف من الشباب، حيث يستخدم اشكال الموسيقى ويسعى كذلك الى تجهيز المستمعين بالاخبار والمعلومات[5].

ويذيع راديو "فردا" الذي تشبه برامجه اذاعة راديو "سوا" نشرات ومواجيز سريعة كل نصف ساعة كما يذيع اغاني فارسية وغربية بصورة متتابعة ويهتم من

---

(1) Ibid..

(2) Broadcasting board of governors annual report 2002, p.14 .

(3) GAO, u.s. international broad casting , op.cit, p12 .

(4)بوش يوجه رسالة صداقة للايرانيين عبر اذاعة موجهة
http://www.aljazeera.net/news/archire .

(5)GAO, u.s. international broadcasting op.cit,p12.

خلال برامجه واخباره بالقضايا السياسية والاجتماعية كما يهتم بتحليل الاخبار[1]. ويبث برامجه على مدى (24) ساعة يومياً على الموجة المتوسطة فضلاً عن ارسال على الموجة القصيرة لمدة (21) ساعة يومياً .

ويتمم راديو "فردا" القسم الفارسي في اذاعة صوت امريكا الذي لا يزال يبث برامجه الى ايران فضلاً عن المواد التلفزيونية الموجهة الى ايران من قبل صوت امريكا[2] . ويمتلك راديو "فردا" موقعاً الكترونياً يمكن للمتلقي الاطلاع على برامج وتقارير هذه الاذاعة كما يمكن الاستماع الى بث مباشر للاذاعة من موقعها على شبكة الانترنت .

رابعاً - مجلة هاي (مرحبا) Hi Magazine

تعد المجلة من وسائل الاعلام المهمة حيث تقف جنباً الى جنب بقاعدتها الجماهيرية العريضة من القراء بين منافسيها من اذاعة وتلفزيون، وتعد صحافة المجلة ارقى الفنون الصحفية واكثرها عمقاً في الاسلوب والشرح والتحليل للاحداث والقضايا والمشكلات الاجتماعية والسياسية والثقافية[3]. لذلك استخدمت الولايات المتحدة الامريكية المجلات في اطار برنامجها للدبلوماسية الشعبية منذ الحرب الباردة[*].

---

(1) متابعة الباحث لاذاعة فردا مع المترجم في فترات مختلفة :- 2006/3/2 ، 2006/3/10 ، 2006/3/11 .

(2) الاستحقاقات الجديدة على الساحة الايرانية ، تغير اساليب الضغط والاحتواء ، شبكة النبأ المعلوماتية .http://www.annabaa.org/nbanews, 23/170.htm. 16-6-2006.

(3) غازي زين عوض، الاسس الفنية للمجلة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1997، ص5.

(*) اعتمدت الولايات المتحدة الامريكية على النجاحات التي حققتها المجلات التي اصدرتها سابقاً في مجال الدبلوماسية الشعبية كمجلة (التاثير الاقتصادي economic impact) ومجلة (The topic) التي طبعت باللغة الانكليزية والفرنسية وانتشرت في عدد من الدول الافريقية ، ومجلة (dailok) (الحوار) التي تهدف الى الاتصال بجمهور عالي الثقافة . فضلاً عن مجلة (مشاكل الشيوعية) التي وجهت ووزعت مجاناً في بعض الاحيان الى الجمهور في الكتلة الشرقية سابقاً. وقد ساهمت الدوريات المعدة جيدا والمطبوعة بصورة جيد وبشكل فني وبحرفية في الدبلوماسية الشعبية الامريكية . انظر : Hans.N.Tuch..Op.cit.p.16-61

تاسست "مجلة هاي" في صيف عام 2003م وهي مجلة شهرية باللغة العربية تختص بشؤون حياة العرب في امريكا وتحتوي على (72) صفحة وتوزع في كل الدول العربية[1] .وتتولى مجموعة المجلة (the magazine group) نشر "مجلة هاي" نيابة عن مكتب الاعلام الخارجي في وزارة الخارجية الامريكية[2] .

وتشكل هذه المجلة جزءاً من مشروع اعلامي كبير يضم وسائل اعلامية مرئية ومسموعة، تموله وزارة الخارجية الامريكية لتعزيز التواصل الثقافي بين الولايات المتحدة والعالم العربي[3]. لتعمل على تحقيق اتصال متبادل مع جمهورها عن طريق طلبها فهم السؤال عن الحياة في امريكا او عن التفاعل بين الامريكيين والعرب في امريكا وتعد هذه المجلة عودة الى الوسائل الاعلامية المطبوعة للدبلوماسية الشعبية الامريكية وخاصة الشباب العربي في امريكا الذين لا يملكون وسيلة الانترنت ، لتربطهم مع صناع السياسة الامريكية لايصال وجهات نظر المسؤولين عن اسئلة الجمهور ولها موقع على شبكة الانترنت[4] .

وتسعى "مجلة هاي" الى تقديم وجهً غير معروف عن المجتمع الامريكي عن طريق اجرائها مسوحات دورية تستكشف المجالات التي تهم الشباب وتضع اليد على حاجاتهم المعرفية ، فضلاً عن اسئلة القراء التي غالباً ما تتحول الى تحقيقات ومقالات .

وتدار هذه المجلة من قبل مجموعة من العاملين العرب والامريكان وبعض العرب الحاصلين على الجنسية الامريكية أي "الامريكان العرب"، ومدرائها العامين من الامريكان ويراس تحريرها فضيل الامين[5]. وتطبع بالالوان وبنوعية جيدة من الورق والطباعة[6].

ويبلغ توزيعها (52) الف نسخة في انحاء العالم العربي باستثناء الجماهيرية الليبية. تستخدم المجلة اسلوباً خاصاً في طرح موضوعاتها للوصول الى الجمهور المستهدف من الشباب العرب، وذلك يطرح موضوعات لا تقاربها عادة الصحافة

(1)Hady Amr. Op. cit. p33.

(2) مجلة (hi) العدد 11 ، ايار / مايو 2004 ، ص4 .

(3)مجلة (هاي) العربية الامريكية تدخل عامها الثالث 6.7.2006 http://www.cnn.com

(4) Hady Amr. Op.cit. p33 .

(5) مجموعة العاملين في مجلة هاي http://www.himag.com/about u.s/staff.cfm.

(6) المصدر نفسه.

العربية وبالتالي تقدم للشباب العربي سبل الوصول الى نظرة مشرقة للمستقبل عن طريق التدرج والتراكم في الافكار[1].

توقفت "مجلة هاي" عن الصدور لعدم وضوح مدى الاقبال على قرائتها حسبما اعلنت وزارة الخارجية الامريكية[2]. الا ان اعدادها الالكترونية استمرت[*] بالصدور من على صفحات الانترنت او المشتركين الذين تبعث لهم عن طريق صناديق البريد الالكتروني الخاصة بهم .

خامسا - مواقع الانترنت

تستخدم الولايات المتحدة الامريكية الانترنت كاحدى وسائل الاعلام الحديثة في برنامج الدبلوماسية الشعبية[3]، بعد عدها اداة من ادوات تحقيق اهداف السياسة الخارجية[4]، فشبكة الانترنت تتميز بسرعة انتشار المعلومات وتبادلها وتعد من اسهل وسائل الاتصال عن بعد واقلها تكلفة[5]، كما مكن سعة انتشارها واتساع نطاق استخدامها من النخبة الى عامة الشعب القائمين على برامج الدبلوماسية الشعبية اعتماده كوسيلة في ايصال الافكار وشرح السياسات[6] ومن بين العديد من مواقع الانترنت التي تضم معلومات عن الولايات المتحدة ومؤسساتها وشرح سياساتها فان موقع مكتب برنامج الاعلام الخارجي التابع لوزارة

---

(1) المصدر نفسه.

(2) جريدة النهار اللبنانية ، 2005/12/23.

(*) تلقى الباحث النسخة الالكترونية لشهر ايار/ مايو من عام 2006، انظر الملحق رقم (2)

(3) اكد استطلاع للراي اجراه مركز زوغبي (zogby inter national) لاستبيان وجهات نظر المسلمين تجاه الولايات المتحدة الامريكية ، ان وسيلة الانترنت نقلت الكثير من القيم الامريكية للشباب ، في البلدان العربية والاسلامية ، مماخلق مواقف ايجابية تجاه امريكا وسياستها ، وذلك عن طريق دبلوماسيتها الشعبية الموجهة لكل فئات المجتمعات ، كما اكدت البحوث ، ان شباب العالم الاسلامي ممن يملكون الانترنت هم اكثر رغبة في الانفتاح والتفكير الابداعي وتبادل الاراء والمعلومات المختلفة عبر العالم وهم يميلون الى تبني الاراء المتوافقة مع الاراء الامريكية ، انظر:
Hady Amr , Op.cit. ,p p12-14.

(4) غسان مكحل، المصدر السابق ، ص47.

(5) شيلدون رامبتون وجون ستوبر ، مصدر سابق ، ص ص 36- 37 .

(6) Jeff Rosenberg, Op.cit, p39.

الخارجية[1]، هو الموقع الرسمي الذي " يشرف على (...) ويتولى تطوير ونشر وترجمة نصوص وتقارير رسمية في الدبلوماسية الشعبية تدعم أهداف سياسة الولايات المتحدة الخارجية ، وما يتعلق منها بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا".[2]

يشرف على هذا الموقع مكتب برامج الإعلام الخارجي في وزارة الخارجية الأميركية[3]، ويضم هذا الموقع اخبارا يومية ومقالات ووجهات نظر تدعم وتشرح السياسة الامريكية[4] من قبيل حياة المسلمين في اميريكا والمبادرات الامريكية في مجال نشر الديمقراطية فضلا عن التبادل الثقافي ومواضيع اخرى متعددة تخص الدبلوماسية الشعبية، كما يقدم هذا الموقع خدمة مجانية للمشتركين توصل عن طريقها تقارير نشرة واشنطن بصورة يومية الى المشترك عن طريق صندوق البريد الالكتروني، وتخص التقارير اخبار الدبلوماسية الشعبية من الاخبار التي تخص الدبلوماسية الامريكية والسياسة الخارجية والبرامج الخاصة بالدبلوماسية الشعبية[5]، ويقدم الموقع خدماته بست لغات هي الانكليزية والاسبانية والروسية والفرنسية والصينية اضافة الى اللغة العربية، ويهتم الموقع فضلا عن القضايا الشرق اوسطية والشمال افريقية بموضوعات عالمية كالامن الدولي والديمقراطية وحقوق الانسان ، كما يضم ابوابا عن القضايا الاقتصادية والسياسية العالمية[6] .

تستخدم الولايات المتحدة الانترنت في الدبلوماسية الشعبية عن طريق اجراء لقاءات مع القائمين على السياسة الخارجية الامريكية لشرح وجهات النظر الامريكية للعديد من الشعوب وتبريرها وتوضيحها، او لحل المشاكل التي تواجه بعض البرامج التي تشرف عليها وزارة الخارجية او وزارات اخرى[7] .

---

(1) اختار الباحث هذا الموقع كنموذج من بين عدد لايمكن حصره من المواقع التي تؤدي مهام الدبلوماسية الشعبية

(2)http://usinfo.state.gov/arabic/pubs/pressoffice/atwork.htm 2.3.2006. 4.1.2006

(3)Ibid

(4) انظر الملحق (3).

(5) انظر الملحق (4) وهو نموذج من هذه النشرة التي تصل يوميا للباحث عبر البريد الالكتروني وهي خدمة متاحة لجميع الجمهور .

(6) متابعة الباحث للموقع لمدة سنة.

(7) اجرت وزارة الخارجية الامريكية لقاء عبر الانترنت مع مجموعة من الطلبة الراغبين بالدراسة في الولايات المتحدة يوم 13 حزيران/ يونيو/ سنة 2006م من داخل السفارة الأميركية بنيودلهي لحل المشاكل التي تعتري موضوع تاشيرات الدخول.

كما قامت وزارة الخارجية وبالتعاون مع مجلس المسلمين الامريكيين في سنة2002 م باطلاق موقع على الانترنت وهو موقع "الحوار المفتوح" وباللغات العربية والانكليزية والاندونيسية والماليزية والفرنسية ليكون قاعدة لتبادل المشاعر والاراء بين المسلمين الامريكيين وبقية المسلمين في العالم(1).

اسست الولايات المتحدة بعد 11 ايلول سبتمبر 2001 م عدة مواقع عربية على شبكة الانترنت ، ويتصل موقع مكتب برنامج الاعلام الخارجي في وزارة الخارجية متصل بـ(470) موقعا عربيا اخر ، وقد ازداد عدد الصفحات المترجمة الى العربية منذ احداث الحادي عشر من ايلول اربعة اضعاف ما كانت تترجم قبل ذلك التاريخ ، حيث يترجم مكتب برامج الاعلام مابين (12 – 15) الف كلمة في اليوم بعدما كان يترجم مابين (2- 4) الاف كلمة في اليوم سابقا ، وتشير الاحصائيات الى ان (85٪) من مستخدمي موقع مكتب برنامج الاعلام الخارجي يقيمون في الخارج – اي خارج الولايات المتحدة – وان اكثر من (50٪) منهم من بلدان الشرق الاوسط(2).

وقد قامت وزارة الخارجية في ايار / مايو سنة 2003 باطلاق موقع على الانترنت باللغة الفارسية ، ليهتم بالشباب الايراني ومن يؤثر على هؤلاء الشباب(3).

ويرى الباحث ان شبكة الانترنت تستخدم في برامج الدبلوماسية الشعبية لاحداث تغييرات فكرية وايديولوجية عبر تناقل المعلومات المتمثلة بالاخبار والافكار والثقافات حيث تصل الى الجمهور بصورة سريعة ومباشرة متجاوزة الحدود والمسافات او مايمكن وضعه كعوائق امام الوسائل الاخرى.

---

(1) شيلدون رامبتون وجون ستوبر ، مصدر سابق ، ص ص 36- 37 .

(2) كلمة باترسيتا هاريسون ، مساعد وزير الخارجية للشؤون التعليمية والثقافية امام جمعية الشؤون الدولية في مجلس النواب يوم 19 اب / اغسطس 2004 م . انظر نشرة واشنطن وزارة الخارجية الامريكية : http://www.usinfo.gov

(3) المصدر نفسه .

المبحث الثالث

قناة الحرة نشأتها وتطورها

أولاً- اهمية التلفزيون كوسيلة اعلام دولي في الدبلوماسية الشعبية

ادى تطور اقمار الاتصال المباشر(*) الى احداث تغييرات كبيرة في عملية الاتصال الدولي حيث استغلت الهيئات الاذاعية والتلفزيونية هذا التطور لتغطي اراضي الدول الاخرى باشارات افضل متاحة للجميع[1] وبناءً على ذلك قام التلفزيون الدولي بدور الوسيط بين الحكومات والمواطنين للاتصال بهم خارج الحدود بقصد التنشئة وتعميق الولاء السياسي كما يمكن استخدامه كاداة للضغط عن طريق كشف خفايا نظام سياسي معين وابراز عيوبه وإبراز اتجاهاته واستمالة الجمهور المستهدف للضغط عليه[2] ويظهر دور التلفزيون الدولي في الدبلوماسية الشعبية من وظائف التلفزيون في المجتمعات المعاصرة التي اوضحها الباحث محمد جاسم فلحي[3].

1- **الوظيفة الاخبارية**: تشكل الأخبار، عادة البرامج الرئيسة لأغلب المحطات التلفزيونية، وقد وظف العلم والتقنية المتطورة في عملية نقل الحدث فور وقوعه كما عمدت اكثر المحطات التلفزيونية العربية الى توظيف الاخبار

(*) تعد الولايات المتحدة الامريكية اول من اطلق قمر تجريبي للبث المباشر وهو القمر المتزامن (ATS-6) الذي وضعته وكالة الفضاء الامريكية (NASA) تحت تصرفها لتقدم خدمات تلفزيونية مباشرة : انظر : انشراح الشال ، الاعلام الاسلامي وتكنلوجيا الاتصال في مجال التلفزيون ، القاهرة دار الفكر العربي ، 1994 ، ص200 .

(1)مجد الهاشمي ، مصدر سابق ، ص63 .

(2) المصدر نفسه .

(3) محمد جاسم فلحي ، مصدر سابق ، ص99- 107 .

لاغراض سياسية، وبذلك لم يعد ثمة شك في ان التلفزيون يعد اليوم الوسيلة الرئيسية للاخبار في اغلب دول العالم، إذ تحتل النشرة الاخبارية التلفزيونية مكانة مهمة وبارزة بين مجمل البرامج والمواد التي يبثها التلفزيون .

2- **الوظيفة الاقناعية**: إذ يستخدم التلفزيون كوسيلة تفسير واقناع لتشكيل الراي العام الدولي واستمالته الى قضية ما وكسب تأييده عن طريق طرح القضايا باسلوب مقنع ومؤثر لاثارة العواطف وكسب وجهات النظر.

3- **التعبئة السياسية**: تعد الخطوة الأبعد من الاقناع ، اذ انها تهدف الى حشد الراي العام نحو اتجاه سياسي معين او قضية معينة وقد اصبح التلفزيون بفضل التطورات التكنلوجية افضل وسيلة للاتصال بين الحكومات من جهة والمواطنين المحليين او الخارجين من جهة اخرى.

4- **الوظيفة الثقافية**: يعد التلفزيون من اهم مصادر الثقافة الوطنية الدولية وترويجها عن طريق الاحتكاك بالحضارات العالمية والاطلاع على معالم البلدان وتوصيل حضارة البلد وثقافته الوطنية الى الجمهور العالمي مستخمين الفنون والاداب والمسرح والسينما فضلاً عن الموسيقى والغناء ، الامر الذي جعل البعض يعد الاتصال الثقافي عبر التلفزيون الدولي ، طرقاً لنقل التقاليد والاعراف فيما عدها البعض الاخر مكسباً جديداً للاحتكاك بالامم[1] ولأهمية التلفزيون كوسيلة اعلام دولية وجهت الولايات المتحدة الامريكية قناة باللغة العربية، لتحسين صورتها في العالمين العربي والإسلامي.

ثانيا – نشأة قناة "الحرة" وتطورها

بدأت قناة الحرة بثها في يوم الثلاثاء في الرابع عشر من شباط سنة 2004م الى الشرق الاوسط وشمال افريقيا[2] بعد توصية من اللجنة الاستشارية للدبلوماسية

(1) مجد الهاشمي، مصدر سابق ، ص64 .

(2) الولايات المتحدة تبدأ البث التلفزيوني الفضائي باللغة العربية ، نشرة واشنطن وزارة الخارجية الامريكية، 14 شباط (فبراير) 2002م

http://www. Usinfo.state.gov/Arabic/ wfsub.htm.5.6.2005.

الشعبية قدمتها خلال التقريرين السنويين لعامي 2003و2004 حيث اوصت بضرورة انشاء محطة تلفزيونية باللغة العربية حيث دعمت الفكرة من قبل الرئيس الامريكي بوش والكونغرس(*) وهي اكبر مشروع اعلامي امريكي موجه للمنطقة العربية منذ انطلاق اذاعة صوت امريكا باللغة العربية(1).

وتركز قناة الحرة التي تصل الى 22 بلدا عربيا ، تركز على الاخبار والمعلومات فضلاً عن عرض برامج حوارية يبث بعضها على الهواء مباشرة وبرامج مجلات اخبار ومواجيز عن الرياضة والصحة والعلوم والتكنلوجيا وتبث قناة " الحرة" برامجها على اكثر الاقمار انتشاراً وهما عربسات ونايل سات(2) وربما يرجع استخدام هذين القمرين الى سعة اهتمام المشاهد العربي بهما حيث تبث القنوات العربية ارسالها على هذين القمرين فضلاً عن مناطق البث التي يغطيها القمران.

ولم تخف قناة "الحرة" واجبها في مجال الدبلوماسية الشعبية حيث اوضح موقع القناة على شبكة الانترنت ان هذه المحطة تسعى الى تقديم الاخبار الدقيقة المتوازنة الشاملة بهدف توسيع افاق مشاهديها ليتمكنوا من تكوين اراء واتخاذ قرارات مبنية على معلومات صحيحة(3).

عملت قناة "الحرة" على جلب اشهر المذيعين ومقدمي البرامج والمحررين او الذين سبق لهم العمل في القنوات العربية الشهيرة مثل الجزيرة والعربية(4).

وتعمل قناة "الحرة" بتقنية دقيقة جداً من حيث الصوت والصورة وبقية التقنيات الرقمية المستخدمة كما يعكس اختيار المقدمين والمحاورين مهنية عالية،

(*) اشار تقرير لجنة العلاقات الخارجية في الكونغرس انشاء قناة " الحرة " لدعم مساعي الدبلوماسية الشعبية في الشرق الاوسط ، انظر: Jeremy M.sharp,OP.cit,P1

(1) مجدي خليل ، لماذا فشلت قناة الحرة
http://www. Arabtimes.com/A2006/jan/103.html 8.4.2006

(2)United states advisory commission on public diplomacy report 2004 .P35.

(3)http://www.alhurra.com /subar.aspx 2-5-2006.

(4) اعلاميون عملوا سابقا في " العربية " و " الجزيرة " مرشحون لانقاذ المحطة الامريكية " الحرة "، جريدة الشرق الاوسط ، 1/اكتوبر/تشرين الاول :2004
http://www. Aawsat.com/default.asp.1.4.2005.

فالاضافة الى كفائتهم الواضحة يمثل العاملون في قناة الحرة اصولاً عربية مختلفة[1].

ولقد بثت القناة اثناء فترة بثها المبكرة فواصل تحث المشاهد العربي على مشاهدة هذه القناة و استمالته وجدانياً ونص احد الفواصل على الكلمات او الاستمالات التالية (انت تفكر ... انت تطمح ... انت تختار ... انت تعبر ... انت حر ... " الحرة " كما انت[2].

بدأت القناة البث بـ(14) ساعة ولكنها شهدت اول تطوراتها بصورة سريعة عندما اصبح بثها على مدار اليوم أي (24) ساعة بحلول الرابع عشر من اذار/مارس سنة 2004م.

التطور في مجال نطاق البث:

شهدت قناة "الحرة" تطوراً سريعاً في مجال البث، عندما بدأت القناة بثاً خاصاً للعراق هو بث قناة "الحرة عراق" الذي انطلق في 16 نيسان سنة 2004م أي بعد شهرين على بدء البث العام للقناة المتمثل بقناة "الحرة"[3] وتضم برامج "الحرة عراق" مزيجاً من البرامج المنتجة في مكتب انتاج بغداد التي تراوحت خلال السنتين الاوليتين من البث بين (10- 12) برنامجا[4]، والبرامج التي تبث في قناة " الحرة " اذ يشترك البث في الساعات المحددة التي تشترك فيها البرامج[5].

---

(1) متابعة الباحث للقناة.

(2) متابعة الباحث للقناة منذ انطلاقها في عام 2004 دونها الباحث على شكل ملاحظات .

(3)مقابلة اجراها الباحث مع احمد المهنا مدير مكتب قناة الحرة في بغداد في فندق فلسطين ميريديان بتاريخ 2006/6/18م.

(4) مقابلة اجراها الباحث مع احمد المهنا مدير مكتب قناة الحرة في بغداد في فندق فلسطين ميريديان بتاريخ 2006/6/8.

(5) انظر الملحق (5) الذي يمثل جدول بث قناة " اذ تشير الوان الجدول الى البرامج التي تشترك فيها الفنانيين والبرامج التي تعرض من على قناة " الحرة عراق " فقط . كما يشير احد الاوان الى البرامج الطارئة على الخطة.

وقد بدأت قناة "الحرة عراق" بث نشرة اخبارية لمدة ساعة واحدة هي نشرة اخبار "العراق اليوم" في ايار من سنة 2004م ثم يتبع تلك ، افتتاح سلسلة برامج التي تعد في مكاتب الانتاج في واشنطن وبغداد[1].

وتبث قناة "الحرة عراق" عن طريق القمرين الصناعيين عرب سات ونايل سات[2] فضلاً عن البث الارضي الذي يغطي وسط وجنوب العراق[3]، كما يبث في مدينة الموصل وضواحيها[4].

وشهدت قناة "الحرة عراق" تطوراً على مستوى عدد العاملين فيها ، ويشير بهذا الصدد المدير التنفيذي لقناة "الحرة عراق" سالم مشكور ان قناة "الحرة عراق" بدأت بخمسة اشخاص يساعدهم بعض العرب العاملين في قناة "الحرة" العامة ثم توسع العدد الى اكثر من ثمانين شخصاً موزعين بين محرر ومنتج ومذيع في كل من المركز الرئيس في واشنطن ومكتب بغداد فضلاً عن شبكة المراسلين في مناطق العراق المختلفة ودول اخرى مضيفاً ان هذا العدد لايشمل التقنيين العاملين في القناة[5].

ويوضح السيد سالم مشكور ان اهتمام الولايات المتحدة بالعراق الذي ينتقل من مرحلة الدكتاتورية الى مرحلة الديمقراطية كان السبب في بث قناة " الحرة عراق " واشار الى احتياج العراق الى نموذج اعلامي لبرالي يساعد في نشر المفاهيم المدنية والحضارية[6].

---

(1) مقابلة اجراها الباحث مع المدير التنفيذي لقناة " الحرة عراق " السيد سالم مشكور عبر الهاتف من واشنطن في 2006/7/19.

(2) Broadcasting Board of governor's annual report , 2005 , P15.

(3) مقابلة اجراها الباحث مع احمد المهنا ، مدير مكتب قناة " الحرة " في فندق فلسطين ميريديان في بغداد بتاريخ 2006/6/18م.

(4) مقابلة اجراها الباحث مع المدير التنفيذي لقناة " الحرة عراق " السيد سالم مشكور عبر البريد الالكتروني بتاريخ 2006/7/30 .

(5) المصدر نفسه .

(6) مقابلة اجراها الباحث مع المدير التنفيذي لقناة "الحرة عراق" السيد سالم مشكور عبر الهاتف من واشنطن تاريخ 2006/7/19.

كما بدأت قناة الحرة في 2006/8/1 بثاً موجهاً الى اوربا عبر قناة "الحرة اوربا"[(1)] لتوجه برامجها الى الجاليات العربية التي تعيش في القارة الاوربية[(2)] ويبين رئيس مجلس امناء البث كينيث توميلسون ان بث "الحرة اوربا" يستهدف جمهوراً يقدر ما بين (15- 20) مليون مسلم يعيشون في اوربا اصول الغالبية العظمى منهم عربية موضحاً ان البث يهدف لتقوية وتدعيم الحوار لاطلاع المشاهد العربي على وجهات النظر الغربية المتعلقة ببعض القضايا مثل حقوق المرأة والافاق الاقتصادية والديمقراطية والحرية[(3)] وتبث القناة مجموعة بر امج عبارة عن مزيج من البرامج المعروضة على "الحرة" و "الحرة عراق" كما تعد بعض البرامج المخصصة للمشاهدين العرب في اوربا[(4)] .

وقد بلغت تكاليف نقل بث قناة الحرة الى اوربا (2) مليون دولار، تم تمويلها من المخصصات الاضافية التي طلبها الرئيس الامريكي بوش للعراق وافغانستان والتي تبلغ قيمتها (81) مليار دولار ويمكننا القول ان اطلاق بث الحرة اوربا يؤشر نجاح بثي "الحرة" و "الحرة عراق" في تحقيق الاهداف المرسومة لها كما يؤشر مضي مجلس امناء البث في تطوير القنوات الاعلامية للدبلوماسية الشعبية وقد بدأت الحرة اوربا بثها ب"24" ساعة يومياً[(5)].

اهداف قناة الحرة وجمهورها

لم يقتصر هدف تأسيس قناة الحرة الناطقة باللغة العربية على تحسين صورة الولايات المتحدة الامريكية وتبرير سياستها لدى الجمهور في العالمين العربي

(1) Alhurra TV to begin Europe broadcasts.
http://www.upi.com.InternationalIntelligence/view.php . 25.7.2006.

(2) الرياض ، جريدة ، المملكة العربية السعودية ، 26 كانون الثاني يناير 2006م / العدد 13730.

(3) قناة الحرة الامريكية تتجه للعرب في اوربا
http://www.arabic.cnn.com/world/2/28/alhura Europe 2/4/2006.

(4) نائب الرئيس التنفيذي في قناة الحرة موفق حرب في حوار مع مجلة بث الشرق الاوسط "ميب"
http://www.mebjournal.com/arabic index.ph.p2 option =com 1/8/2006 .

(5) متابعة الباحث لبث قناة الحرة اوربا بتاريخ 2006/8/1 .

والاسلامي بل كان الهدف الاخر اضعاف او الحد من تأثير الفضائيات العربية التي تعتبرها امريكا معادية لها او محرضة على السياسة الامريكية حتى وصل حد اتهام تلك القنوات بالتحريض على الارهاب[1].

وكانت اجندة القائمين على الاذاعات الدولية في الولايات المتحدة حددت بشكل صريح مهام قناة الحرة بالحد من تأثير قناتي "الجزيرة" و "العربية"[2]، وبذلك عملت قناة الحرة على سحب جمهور القناتين اليها وتشير الدلائل والاستطلاعات التي اجريت على نجاح قناة الحرة في كسب جمهور عربي واسع النطاق فقد دلت نتائج احد الاستطلاعات على تنامي تعرض الجمهور لقناة الحرة مقابل تراجع في عدد الجمهور الذي يتعرض لقناتي الجزيرة والعربية.

وعلى هذا الاساس اهتمت قناة الحرة منذ بدء بثها بداية عام 2004 كغيرها من لمؤسسات الاعلامية باستطلاع نسبة الجمهور الذي يفضلها واهتمامات ذلك الجمهور[*] حيث اوضح احد المسوح التي أجراها معهد (A.C. Nielsen) خلال شهري تموز/يوليو و آب/أغسطس من سنة 2004 وهي السنة الاولى لانطلاقها – أي ان المسح جرى خلال الاربعة اشهر والخمسة اشهر الاولى على بثها – اظهر ان نسبة (22٪) تقريبا من الجمهور العربي في سبعة بلدان عربية يفضلون مشاهدة قناة "الحرة" فيما اعتبر (71٪) من المستطلعين المشار اليهم ان قناة "الحرة" مصدر موثوق للاخبار[3] وكما موضح في الشكلين (2- 4) و (3- 4) .

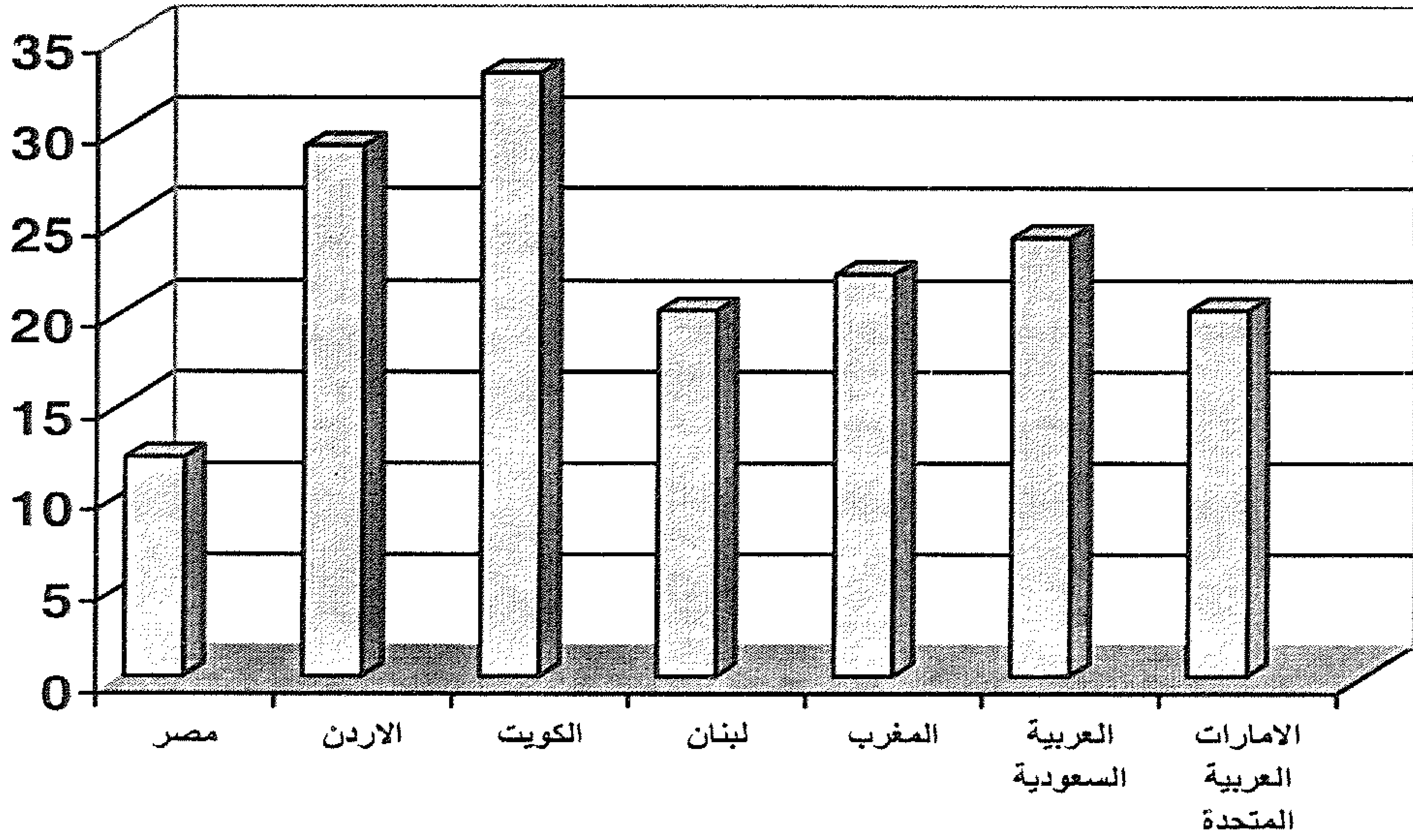
(1)William A .Rugh, Engaging the Arab and Islamic Worlds Through Public Diplomacy, New York, Public Diplomacy Council,2004,p88.

(2)Alhurra TV to begin Europe broadcasts. http://www.upi.com.InternationalIntelligence/view.php . 25.7.2006.

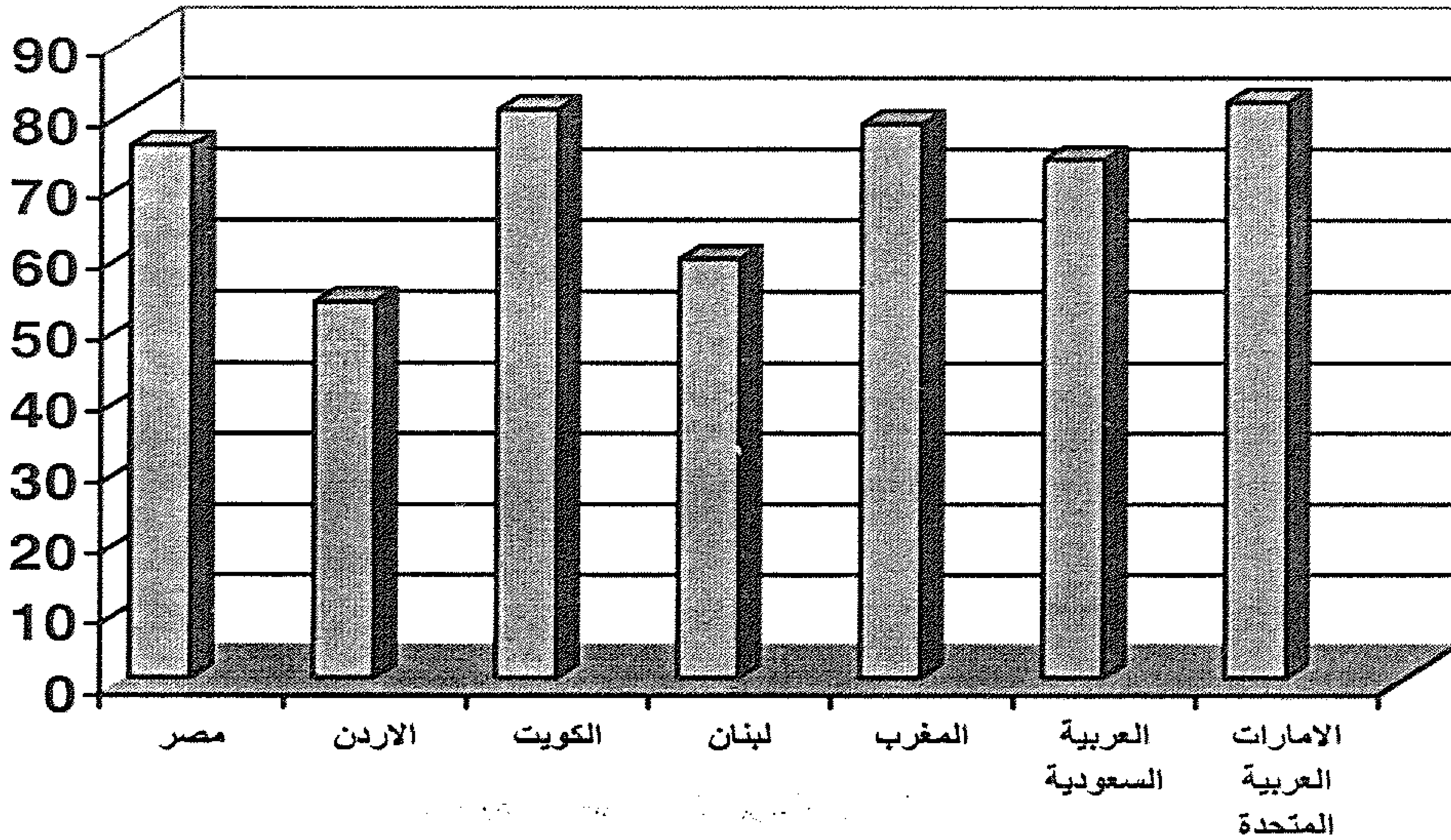
(*) اشار المدير التنفيذي لقناة "الحرةعراق" سالم مشكور في مقابلة اجراها الباحث معه عبر البريد الالكتروني ان قناة "الحرة" تعتمد على مؤسسات ومعاهد الدراسات والاستطلاعات لمعرفة حجم جمهورها والاهتمامات التي تعلو سلم اولوياتهم .

(3) William A. Rugh, Op.cit.,p52.

الشكل (2- 4) يمثل نسب التعرض لقناة " الحرة " في سبعة بلدان عربية خلال شهري تموز/ يوليو وآب/أغسطس سنة 2004



الشكل (3- 4) يمثل نسبة الجمهور الذي يعتبر قناة الحرة مصدراً موثوقاً للأخبار والمعلومات في سبعة بلدان عربية خلال شهري تموز/ يوليو وآب/أغسطس سنة 2004



كما اظهر استطلاع للراي اجرته المؤسسة نفسها في شهري تشرين الثاني/نوفمبر و كانون الاول/ديسمبر من سنة 2005 م ان قناة "الحرة" حلت بالمرتبة الخامسة بين اكثر من (200) محطة تلفزيونية يمكن مشاهدتها في العراق لتلي قناة "الجزيرة" و"العربية" و "العراقية" التي احتلت كل منها نسبة (71٪) من المشاهدين اسبوعياً، اما قناة "الحرة فبلغت نسبة مشاهديها اسبوعياً (42٪) وهي اعلى نسبة مشاهدة حصلت عليها القناة تمثلت بـ (21.3) مليون مشاهد وهي نتيجة تسجل زيادة مئوية في جمهور الحرة قاربت الـ(10٪) عن الاستطلاع الذي اجرته نفس المؤسسة[1]، والذي سبقت الاشارة اليه في الشكلين السابقين.

ولقد انطلقت قناة الحرة في عملها مما ياتي:

1- فهم طبيعة المشاهد العربي، حيث راعت هذه القناة في اسلوب تقديمها للبرامج على التنوع الى حد ما.
2- قدمت القناة برامجها الاخبارية بشكل جذاب من المواجيز السريعة والنشرات القصيرة التي تمتد لعشر دقائق فضلاً عن ثلاث جولات اخبارية كبيرة تمتد لساعة كاملة في قناة الحرة يضاف لها نشرة رابعة في قناة الحرة عراق.
3- اعتمادها على اشراك الجمهور في بعض البرامج كجزء من فهم طبيعة الجمهور وفهم متطلباته وبث آرائه.

وتقوم السياسة الاعلامية لقناة "الحرة" على المحاور الاتية[2]:

1- الإدراك الواعي في قناة "الحرة" لنوعية المشاهد العربي الذي تستهدف التاثير عليه ولذلك تم تقسيم ساعات البث الى برامج ترفيهية واخبارية ووثائقية فضلاً عن البرامج الحوارية.

---

(1) الشرق الأوسط اللندنية، جريدة، العدد9766 ،24 آب/أغسطس 2005.

(2) مراد احمد، قراءة في موقع الحرة بين وسائل الاعلام العربي 2004/2/26
http://www.kefaya.org / who.htm.7.5.2005

2- وفرت قناة الحرة لصحفييها اهم مصادر المعلومات وامكانية الافراد في العمل الصحفي مما جعل مراسل قناة "الحرة" يتحول من مراسل الى قناة للحوار المباشر بين المسؤولين من الدول العربية ومختلف دول العالم مع المسؤولين في الادارة الامريكية.

3- توفير الامكانات المادية والفنية والخبرات للعاملين.

4- ارتبط كل ذلك بالهدف السياسي وهو الإقناع والتعبئة السياسية للجمهور العربي والإسلامي وتبرير السياسات الأمريكية في المنطقة.

ويمكن ابراز اهم نواحي الضعف في برامج قناة الحرة بما ياتي:

1- افتقار القناة الى وجود برامج خاصة بالطفل.

2- تعتمد في برامجها الخاصة بالرحلات وكذلك البرامج الترفيهية الاخرى على البرامج المستوردة المترجمة من اللغة الانكليزية الى العربية ، الامر الذي يشكل ضعفاً في ايصال المادة الى المتلقي خاصة من لايجيدون القراءة من الاطفال وباعمار معينة وكذلك كبار السن ، اذا ما اخذنا بنظر الاعتبار ان قناة الحرة قناةً عامة توجه الى جمهور متنوع الفئات العمرية.

3- اقتصار البرامج الترفيهية على اشكال برامجية معينة كالمجلة والحوار دون عرض الافلام والمسلسلات التي تلقى قبولا لدى الجمهور العربي .

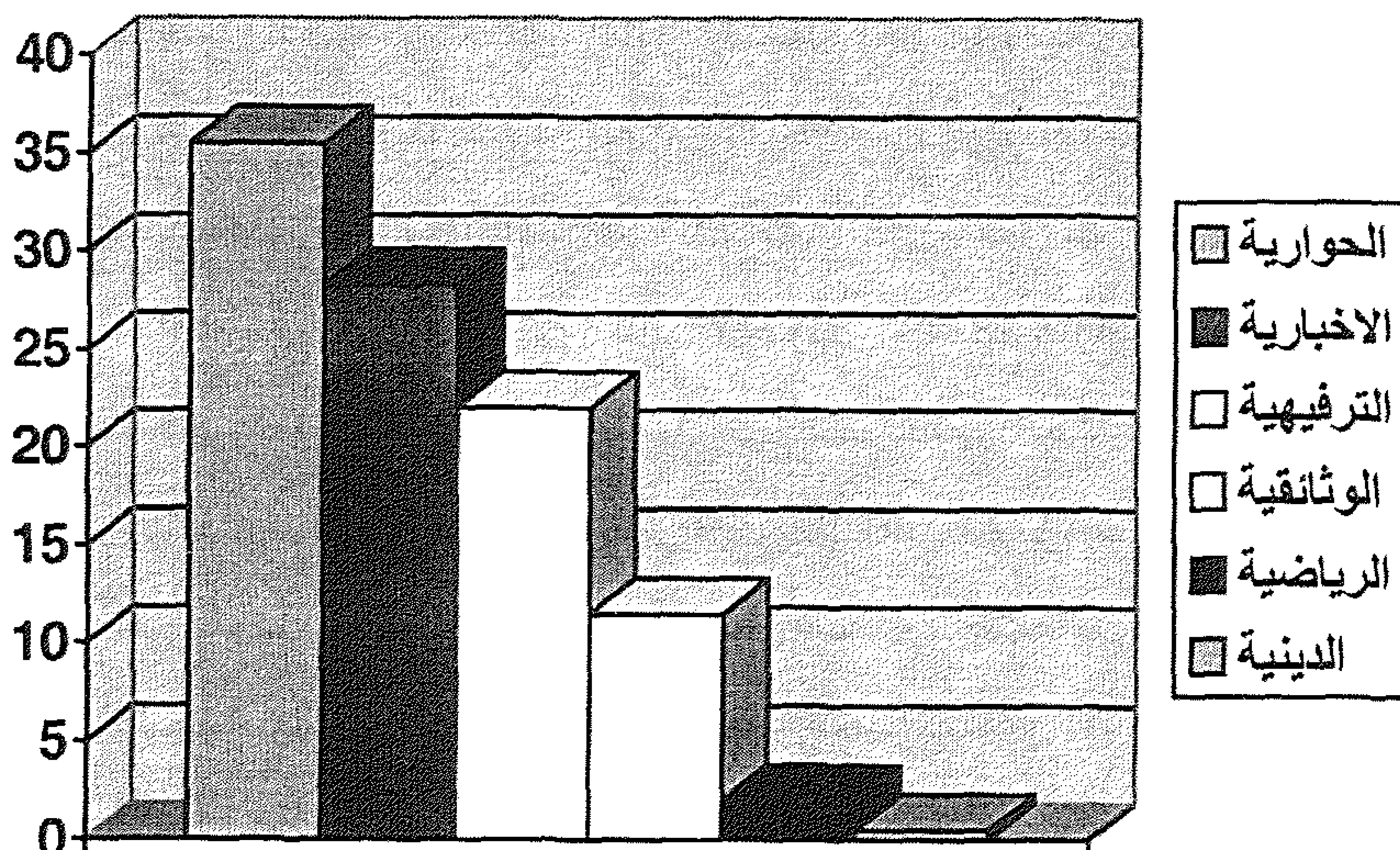
4- غلبة البرامج الحوارية على بقية اشكال البرامج الاخرى(*).

5- تفتقر القناة الى قسم خاص بابحاث التعرف ومعرفة رجع الصدى واهتمامات الجمهور العربي(**) .

(*) انظر الشكل (4- 4).

(**) ذكر المدير التنفيذي لقناة "الحرة عراق" السيد سالم مشكور خلال مقابلة اجراها معه الباحث عبر الهاتف من واشنطن بتاريخ 2006/7/19 ان القناة تعتمد على شركات متخصصة بالاستطلاعات في العراق والدول العربية لمعرفة اهتمامات الجمهور .

الشكل (4- 4) يمثل المساحة الزمنية الاسبوعية للبرامج في قناة "الحرة عراق"



الجدول (1- 4) : يمثل عدد البرامج ومساحتها الزمنية الاسبوعية في قناة "الحرة عراق" (*)

البرامج	عدد البرامج	مساحة البث بالدقيقة	النسبة المئوية	المرتبة
الحوارية	14	3585	35.565	1
الاخبارية	7	2850	28.273	2
الترفيهية	20	2220	22.023	3
الوثائقية	6	1165	11.557	4
الرياضية	1	210	2.083	5
الدينية	1	50	0.496	6
المجموع	49	10080	٪100	5 مراتب

7 × 24 = 168 مجموع البث الاسبوعي بالساعة

168 × 60 = 10080 مجموع البث الاسبوعي بالدقيقة

(*) تتخلل جميع البرامج المشار اليها في الجدول فواصل يتم من خلالها الإعلان والتنويه عن برامج قناة الحرة الأخرى.

الهيكلية الادارية:

تتميز قناة "الحرة" بهيكلية ادارية بسيطة وهو ما يميز المؤسسات الاعلامية الامريكية(*)، ويدير القناة المدير العام لشبكة راديو وتلفزيون الشرق الأوسط (MBN) بيرت كلايمنت (Bert Claymant) الذي يشغل في الوقت نفسه منصب المشرف على راديو " سوا " ومحطتي البث الاخرتين "الحرة عراق" و "الحرة اوربا"[1] وكما يشرف على قناة الحرة بشكل مباشر نائب المدير العام للشؤون الفنية وهو المنصب الذي يشغله حالياً الاعلامي الامريكي اللبناني موفق حرب كما ان المدير العام نائباً اخر للشؤون الادارية الذي يكون مسؤولا بشكل مباشر على مدراء المكاتب الاقليمية بينما يدير كلا من قناة "الحرة عراق" و "الحرة اوربا" مدير تنفيذي كما هو الحال بالنسبة لراديو سوا الذي يديره شخصاً بصفة مدير تنفيذي.

وتتكون القناة في مقرها الرئيسسي من اربعة اقسام رئيسية هي الاخبار والبرامج والاعلان والبث وهي نفس الاقسام التي تتكون منها مراكز الانتاج في بغداد ودبي والقاهرة وبيروت حيث يحتوي كل مركز من هذه المراكز على الاقسام السابقة الذكر وهي اقسام الاخبار والبرامج والبث فضلا عن الإدارية والمالية.

تخضع برامج قناة "الحرة" الى رقابة ادارية لغرض تحسين الاداء وضمان بقائه ضمن الخط العام او السياسة الاعلامية للقناة ، وهي رقابة لا تشبه الرقابة المعروفة في دول الشرق الاوسط كما تخضع الاخبار الى رقابة مهنية سياسية في حدود السياسة العامة للمؤسسة[2]. ويخضع العاملون في قناة "الحرة" لنظام داخلي يحكم عمل للمؤسسة ويضمن للعاملين بعض حقوقهم، كما تملي عليهم واجباتهم ، ويرى

(*) انظر الشكل (5- 4).

(1) مقابلة اجراها الباحث مع المدير التنفيذي لقناة "الحرة عراق" السيد سالم مشكور عبر الهاتف من واشنطن بتاريخ 2006/7/19م .

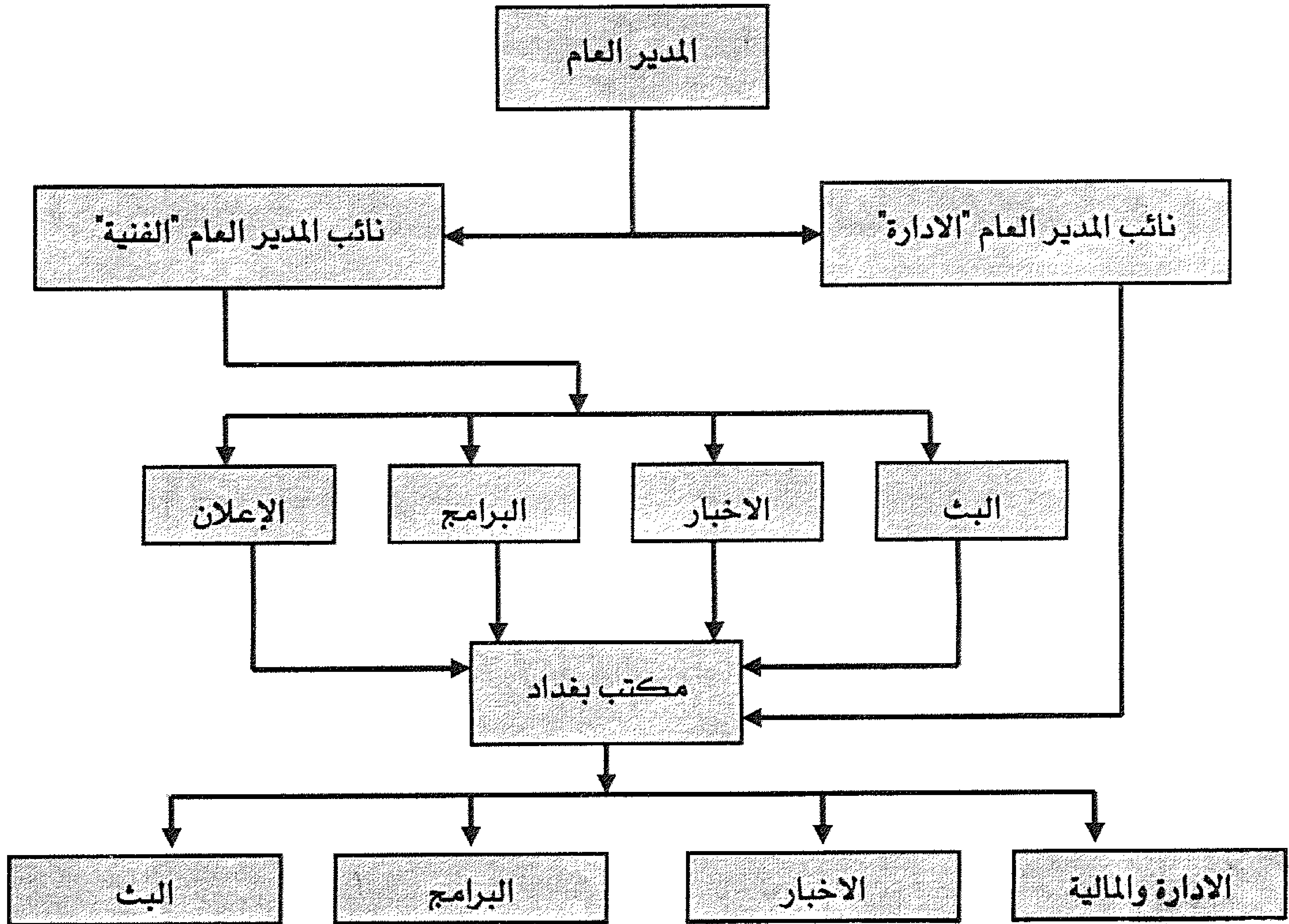
(2) مقابلة اجراها الباحث مع المدير التنفيذي لقناة "الحرة عراق" السيد سالم مشكور عبر البريد الالكتروني بتاريخ 2006/7/30.

بعض العاملون في قناة الحرة ان النظام الداخلي مجحف بحقهم لانه لا يضمن حقوق العاملين من غير الامريكيين.

اما اخبارها وحسب العاملين في مجال الاخبار فهي تنتج دون اية رقابة سياسية، وهي تخضع لرقابة مهنية(*) من حيث تحديد المصطلحات التي يستخدمها المراسل لكي يتم التحقق من الحيادية في تناول المواضيع، كما انها، أي مواضيع التقارير لا تطلب من المقر الرئيس في واشنطن بل يتم تناول الحدث بالاتفاق بين مدير الاخبار والمراسل الذي يقوم باعداد التقرير(2).

الشكل (4.5)

يوضح الهيكلية الإدارية لقناة الحرة



(*) الرقابة المهنية هي جزء من الرقابة السياسية او هي بديل لمصطلح الرقابة السياسية.

(2) مقابلة اجراها الاحث مع مدير الاخبار في مكتب قناة "الحرة" في بغداد على الموسوي في فندق فسطين ميريديان بتاريخ 2006/8/15.

تمويل قناة الحرة

تتلقى قناة "الحرة" تمويلها من شبكة راديو وتلفزيون الشرق الاوسط Medill East Broadcasting Network "MBN" التي يقع على عاتقها مهمة الاشراف والتمويل لقناة الحرة[1] فضلاً عن راديو سوا.

وتتلقى شبكة " MBN " بدورها الدعم المالي من الكونغرس الامريكي عن طريق مجلس امناء البث (BBG) ، ويذكر موقع قناة الحرة على شبكة الانترنت ان القناة ممولة من قبل دافعي الضرائب الامريكيين عن طريق الكونغرس[*] وقد اقرت لجنة العلاقات الخارجية لمجلس النواب الامريكي عام 2002م بصرف مبلغ (245) مليون دولار كمبلغ تأسيس للقناة سنة 2002 م[2].

وتطور تمويل قناة الحرة في السنوات الثلاث السابقة حيث تم تخصيص مبلغ "62" مليون دولار للقناة لميزانيتها لسنتها الاولى[3] حيث انطلقت في الرابع عشر من شباط سنة 2004م فيما خصص مبلغ (80.5) دولار امريكي لسنة 2005م[4].

ومن المتوقع ان يقل التمويل المخصص لقناة الحرة سنة 2007م بعد تحديد

---

(1) مقابلة اجراها الباحث مع المدير التنفيذي لقناة " الحرة عراق " السيد سالم مشكور عبر الهاتف في 2006/7/19.

(*) تستخدم الولايات المتحدة اصطلاح "يمول من قبل الكونغرس من اموال دافعي الضرائب الامريكيين" وهو اصطلاح للتمويه بان التمويل امريكي غير حكومي فالضرائب التي يدفعها الشخص الامريكي هي واردات للحكومة الامريكية كواردات الكمرك والتجارة والصناعة ، فاذا ما مولت الحكومة الامريكية أي مشروع يعتبر تمويلاً حكومياً اما مهمة الكونغرس فهي الاشراف على الاذاعات الموجهة من خلال اشرافه على "مجلس امناء البث" وله صلاحيات تخصيص الاموال اللازمة للاذاعات الامريكية الموجهة حسب القوانين الامريكية.

(2) واشنطن تخطط لبث فضائي بالعربية يحاكي الجزيرة ، الجمعة 2001/4/26
http://www. Aljazeera.net /news/archire .14-5-2005.

(3) الولايات المتحدة تبدأ البث التلفزيوني الفضائي باللغة العربية ، نشرة واشنطن ، وزارة الخارجية الامريكية ، 14 شباط / فبراير 2004م
http://www. Usinfo.state.gov/Arabic/wfsub.htm . 5-6-2006.

(4) United States Advisory commission on public diplomacy, annual report, 2004. p. 13.

التخصيصات المالية لشبكة (MBN) لسنة 2007 م بمبلغ (90) مليون دولار[1]. وهو مبلغ يتم تقسيمه على راديو سوا وقناة الحرة.

الاعلان في قناة " الحرة "

يغيب الاعلان عن "قناة الحرة" بسبب كونها قناة غير تجارية[2] اما الاعلانات السياسية غير مدفوعة الثمن فتتحاشاها "قناة الحرة" لكي لايعدها البعض قناة غير محايدة اما الاعلانات السياسية المنسجمة مع رسالة المحطة في اشاعة مفاهيم الحرية وحقوق الانسان والمجتمع المدني ومحاربة الارهاب فتعرضها القناة[3] ويرى الباحث ان غياب الاعلان عن القناة يفقدها احد اهم الاركان الرئيسة في عملية التواصل مع الجمهور فالاعلانات اصبحت تأخذ اوجهاً عديدة فيشاهدها البعض على اساس الترفيه[4] فيما يشاهدها البعض الاخر من الجمهور كمستهلك اومروج.

اما قسم الاعلان الموجود في الهيكلية الادارية لقناة "الحرة" فهو يعني القسم المسؤول عن انتاج الاعلانات التي تنوه عن برامج القناة فضلاً عن تايتلات البدء والختام للبرامج التي يطلق عليها اصطلاح "Promo"[5].

(1) Senate report 109. 211 department of state foreign operations And related programs appaoiations Bill, 2007 http://d bnname= cp 109 sid= cp 109 VA3cl and.. 7.16.2006

(2) مقابلة اجراها الباحث مع المدير التنفيذي لقناة "الحرة عراق" سالم مشكور عبر الهاتف من واشنطن بتاريخ 2006/7/19 .

(3)مقابلة اجراها الباحث مع احمد المهنا مدير مكتب قناة الحرة في بغداد ، في فندق فلسطين ميريديان بتاريخ 2006/6/18.

(4) انظر احمد مطشر عبد الصاحب "اشكال البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية العربية وخصائصها الفنية" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاعلام – جامعة بغداد ، 2006 ، ص 27.

(5) مقابلة اجراها الباحث مع احمد المهنا مدير مكتب قناة الحرة في بغداد ، في فندق فلسطين ميرديان، بتاريخ 2006/6/18 .

الشريط الاخباري: (Subtitle)

في الوقت الذي تشهد القنوات الفضائية اهتماماً كبيراً بالشريط الاخباري "subtitle" حتى قامت بعضها بوضع شريطين اخباريين فان قناة الحرة لم تستخدم خلال السنتين الاوليتين من بثها هذا الشريط حيث بدأ استخدامه على شاشة الحرة مع البدء العام الثالث للبث ، فيما لم تزل قناة "الحرة عراق" تبث ارسالها بدون الشريط الاخباري الذي يذكر المشاهد باخر الاخبار عبر عرضه عناوين او مختصرات للاخبار التني ترد كما لم تستخدم قناة الحرة شريط "الخبر العاجل" الا في حالات نادرة جدا[1].

الموقع الالكتروني: (Website)

لم تهتم قناة الحرة بموقعها الالكتروني على شبكة الانترنت الا بعد سنة وستة اشهر من بدء بثها ، حيث يبدأ الموقع بصفحة تعريفية عن القناة تتضمن جدولاً باهم البرامج اليومية "ويذكر الموقع ستة برامج فقط" فيما تم اطلاق الموقع الالكتروني بعد ثمانية عشر شهراً من انطلاق القناة ، وقد شهد الموقع الالكتروني خلال سنة واحدة عدة تطورات اهمها الفصل بين جدولي برامج ارسالي "الحرة" و "الحرة عراق" ومع ذلك فان موقع قناة "الحرة" يعد من المواقع البسيطة قياساً بمواقع قناتي "الجزيرة" و "العربية" اللتين تحتويان على معلومات ارشيفية موثقة لكل البرامج[2].

قطع البرامج: (البرامج الطارئة)

تقوم قناة الحرة بقطع برامجها الاعتيادية لبث برامج طارئة او استثنائية ، حيث يتم الانتقال مباشرة الى الاحداث التي تعدها ادارة القناة مهمة[3] ، تحت عنوان

---

(1) متابعة الباحث للقناة على مدى عام ونصف دونت على شكل ملاحظات .

(2) المتابعة الشخصية لموقع قناة الحرة من قبل الباحث على مدى عام ونصف دونت على شكل ملاحظات.

(3) مقابلة اجراها الباحث مع المدير التنفيذي لقناة "الحرة عراق" السيد سالم مشكور من واشنطن عن طريق البريد الالكتروني بتاريخ 2006/7/30.

"تغطية مباشرة"[1]، ومن متابعة الباحث للقناة فان قطع البرامج اختص ببعض الاحداث دون غيرها، ومن هذه الاحداث:

1- خطابات الرئيس الامريكي جورج بوش.

2- بعض المؤتمرات الصحفية المهمة للرئيس الامريكي او لبعض الشخصيات المهمة التي تزور الولايات المتحدة الامريكية .

3- الاجتماعات واللقاءات المهمة والمصيرية لمجلس النواب العراقي او استضافة مجلس النواب لبعض الشخصيات المهمة مثل رئيس الوزراء(*).

4- الاحداث التي يراها القائمون على القناة بانها من الاحداث المهمة في الشرق الاوسط(**).

ولابد من الإشارة الى ان قطع البرامج للحدث الامريكي يتم على قناتي "الحرة" و "الحرة عراق" فيما يتم نقل الاحداث العراقية المهمة من قناة "الحرة عراق" دون قناة "الحرة"(***).

وتعمل قناة الحرة على قطع برامجها باسلوبين ، الاول هو قطع البرامج لعرض برامج طارئة غير معلومة مسبقاً ، كالمؤتمرات الصحفية للرئيس الامريكي(****).

او استقباله احدى الشخصيات ، وغالباً ما يكون هذا القطع لمدة زمنية قصيرة على الاغلب(*****).

---

(1) مقابلة اجراها الباحث مع مدير مكتب قناة "الحرة" في بغداد السيد احمد المهنا في فندق فلسطين ميريديان بتاريخ 2006/6/8

(*) على سبيل المثال: قامت قناة (الحرة عراق) بنقل مناقشات المجلس الوطني العراقي المؤقت واستماعهم لكلمة رئيس الوزراء العراقي السابق اياد علاوي يوم الثلاثاء 2004/10/26 .

(**) قامت قناة الحرة على سبيل المثال بنقل المؤتمر الصحفي المشترك لرئيس الوزراء البريطاني توني بلير مع رئيس الوزراء (الاسرائيلي) ايهود اولمرت يوم العاشر نا ايلول سنة 2006.

(***) المتابعة الشخصية للباحث على مدى عام.

(****) قامت قناة الحرة بقطع نشرة الاخبار الرئيسية يوم (2005/11/11) لنقل خطاب الرئيس الامريكي جروج بوش.

(*****) استثنى من ذلك ما قامت به قناة الحرة من قطع برامجها يوم 14 شباط وهو اليوم الذي تم فيه اغتيال رئيس الوزراء اللبناني السابق رفيق الحريري حيث قامت القناة بتغطية مباشرة استمرت لساعات.

اما النوع الاخر من القطع وهو القطع المعلوم مسبقاً ، كالقطع الذي تقوم به قناة " الحرة عراق " لنقل محاكمة الرئيس العراقي المخلوع صدام حسين .

ولعل البرامج الطارئة هذه تثبت ان القناة تستخدم لاغراض الدبلوماسية الشعبية فاحداث العراق المهمة والمتعلقة بنشر الديمقراطية في العراق تاخذ مداها الواسع في البرامج الطارئة وكذلك خطابات الرئيس الامريكي التي تشرح وتبرر سياسة الولايات المتحدة.

عوامل الجذب والاتاحة:

تستخدم قناة "الحرة" عدة عوامل جذب واتاحة كي تستحوذ على اكبر عدد ممكن من الجمهور، واهم عوامل الاتاحة هي اللغة ، حيث تعد اللغة العربية عامل الاتاحة الاول للجمهور العربي، كما ان بث قناة "الحرة عراق" عن طريق البث الأرضي يعد عامل اتاحة مهم للجمهور العراقي الذي لا يمتلك جميعه جهاز الاستقبال الارضي، وذلك للوصول الى اكبر عدد من الجمهور ، ولذلك عمدت قناة الحرة على بث برامج تخص المجتمع العربي والاسلامي(*).

كما عدت الفواصل التي تستخدمها قناة " الحرة " هذه عوامل جذب ، ومنها مشهد الخيول العربية الراكضة والتي تتوقف عند بركة ماء التي تمثل "تايتلي" البدء والختام لنشرات الاخبار .

الحملات التي واجهتها قناة الحرة:

واجهت قناة "الحرة " مهمة صعبة قبل بداية بثها واثناءه لكسب المشاهدين في منطقة تعلو فيها المشاعر المعادية للامريكان ، فالكتاب القوميون العرب شنوا حملة اعلامية مضادة لها بحجة كونها قناة دعائية امريكية تمهد لمصالح امريكا

(*) من هذه البرامج ما بثته قناة (الحرة) يوم الجمعة 19/شباط /2005 المصادف العاشر من محرم الحرام والذكرى السنوية لاستشهاد اية الله العظمى السيد محمد محمد صادق الصدر ، حيث بثت القناة برنامجاً خاصاً بالسيد الشهيد الصدر تتحدث فيه عن مظلوميته ونهضته السياسية والدينية في العراق .

في المنطقة العربية والاسلامية ، متناسين ان هنالك قنوات عربية ان تمت مقارنتها بالحرة فان الكفة تميل للحرة من النواحي الدعائية ، وقد وصلت الحملة المضادة لبث قناة " الحرة " فتاوى شرعية بتحريم مشاهدتها من قبل رجال دين في السعودية باعتبار أن هذه القناة وحسب الفتوى تاسست لمحاربة الاسلام كجزء من حرب الافكار التي تشن ضد المسلمين لتفريق كلمتهم.[1] وكثيرا ما اتهمت قناة " الحرة " من قبل كتاب عرب بالافتقار إلى المصداقية كما توقع هؤلاء الكتاب أن تواجه" الحرة " صعوبة في ربح ثقة الجمهور .

من جانب آخر رحب كتاب لبراليون[*] عرب ببث هذه القناة التي تدعو حسب تعبيرهم الى الديمقراطية التي تفتقدها الدول والانظمة العربية.

ثالثا - برامج قناة الحرة

البرامج الحوارية

1. داخل واشنطن:

(برنامج سياسي) اسبوعي يعرض يوم السبت ثم يعاد عرضه يوم الاحد يفتح برنامج "داخل واشنطن" لمشاهدي قناة "الحرة" نافذة على العملية السياسية في عاصمة القرار الدولي عن طريق لقاءات مع شخصيات سياسية بارزة ومؤثرة في رسم سياسة الولايات المتحدة. "داخل واشنطن" يقدم نظرة معمقة إلى كواليس السياسة

(1)Saudi Clerics Forbid Muslims to Watch US Arabic Channel , March 8, 2004, http://www.clandestineradio.com/21.2.2006

(*) تساءل إيهاب خيري الكاتب في موقع "سودانال" عن سبب الضجة التي أثارها بعض الكتاب العرب قبل بدء بث قناة "الحرة" معتبرا إن من الطبيعي أن تسعى أية دولة أو حتى جماعة ضغط وتبذل قصارى جهدها لإيصال وجهات نظرها ... فالولايات المتحدة – حسب خيري – كأية دولة لها مشاريعها وتبحث عن وسائل تحقيق مصالحها وتستخدم سلاح الإعلام لإقناع الآخرين بوجهات نظرها ، وفي الإطار نفسه تساءل الدكتور احمد عبد الملك في مقاله " دعوا "الحرة" وأصلحوا حريتكم" المنشور في جريدة الاتحاد الإماراتية في العدد 10483 في 2004/3/18 تساءل عن "هل المحطات العربية التي تملا الآفاق اليوم تنقل لنا الحقائق" مؤكدا "أن عرض قناة لحرة في بثها لليوم الأول لقاء مع بوش لا يعني حتما ان بوش سيكون الضيف اليومي للقناة كما تفعل القنوات الرسمية العربية".

الأميركية وتأثير المواطن ودوره في رسم بلاده ، برنامج داخل واشنطن الغرض منه كما يقول مقدمه الدكتور روبرت ساتلوف[*] "هو مد الجسور مع العالم العربي وتعريف الجمهور في الشرق الاوسط بعالم واشنطن ، البرنامج يتكلم عن الناس والبيوقراطيات وعن مجموعات المصالح التي تلتقي في صنع السياسة في الولايات المتحدة والشرق الاوسط وجميع انحاء العالم"[1] ... وحسب ساتلوف فان هذا البرنامج سيساعد العرب على معرفة امريكا.

2. مساواة:

برنامج حواري عن المرأة يتناول حقوق المرأة في منطقة الخليج العربي، ويبحث البرنامج بقضايا المراة عن طرق تقارير ومقابلات مع متخصصين ومحللين يناقشون حق المرأة في الاقتراع، التعليم والثقافة ، ومسائل اجتماعية أخرى تعيشها النساء في هذه المجتمعات ويعرض هذا البرنامج الذي تقدمه نادين البدير يوم السبت ويعاد عرضة يوم السبت وكذلك يومي الاحد والثلاثاء.

3. المجلس:

برنامج حواري اسبوعي يتناول أبرز القضايا في الخليج العربي مثل وضع المرأة الخليجية ، الأسر الحاكمة ، الأزمات السياسية التي تمر بها بعض دول الخليج و يتناول كذلك دور ومركز المرجعيات الدينية فيها[2]، ويتنلول كل ذلك "في مناظرات وحوارات جريئة، وقراءة نقدية لأبرز القضايا التي تواجه منطقة الخليج العربي"[3]. البرنامج من تقديم محمد الجاسم.

(*) عمل الدكتور روبرت ساتلوف مديراً لمعهد واشنطن لدراسات الشرق الأدنى طيلة الأعوام العشرين الماضية ، وهو من الداعمين لانشاء قناة الحرة وراديو سوا ، درس اللغة العربية في جامعة اليرموك في المملكة الاردنية الهاشمية ، وعمل سفيرا للدبلوماسية الشعبية الامريكية في المغرب العربي لمدة سنتين بعد احداث 11 ايلول / سبتمبر 2001 . درس اللغة العربية في جامعة اليرموك في المملكة الاردنية الهاشمية

(1) روبرت ساتلوف ، برنامج داخل واشنطن ، الحلقة الاولى 2005/11/13 ، متابعة شخصية للباحث .

(2) متابعة الباحث لقناة الحرة 2006/3/20

(3) موقع قناة الحرة:

http://www.alhurra.com/ProgramDetailsAr.aspx. 9.7.2006.

4. عين على الديموقراطية:

برنامج يسلط الضوء على مواضيع حقوق الإنسان والديمقراطية عن طريق تناول مواضيح رهانات التحول إلى الديموقراطية في العالم العربي وتحديات الإصلاح السياسي ومشكلاته كما يثير قضايا حقوق الإنسان والمرأة ومأزق المجتمع المدني ودور الناشطين العرب في ذلك ، عبر تقارير مختلفة وحوارات معمقة مع مختصين وناشطين ، البرنامج من تقديم محمد اليحيائي يعرض البرنامج يوم الاربعاء ويعاد بثه ثمان مرات في الاسبوع ايام الخميس والجمعة والسبت والاحد والاثنين ، حيث يعاد ثلاث مرات خلال تلك الأيام في فترات اخرى.

5. الجهات الاربع:

برنامج حواري اسبوعي يتناول بواسطة التحليل والنقاش قراءة لأحداث الأسبوع الماضي[1]. كما يتضمن حلقات حوارية تعرض لأكثر من وجهة نظر حول قضايا الأسبوع، مع الخبراء وصانعي القرار وهو من تقديم سام منسى، يعرض يوم الجمعة ويعاد عرضه يوم السبت.

6. جدل حر:

برنامج حواري اسبوعي يتناول بالشرح والتحليل المشكلات الاجتماعية الشرق اوسطية مثل مشاكل عمالة الاطفال وتحسين السجون والنساء والدين واساءة معاملة الخدم بالاضافة الى مواضيع كثيرة أخرى تتم مناقشتها مع متخصصين" يعاد عرضه مرتين في الاسبوع وهو من تقديم هيام ابو شديد.

البرامج الوثائقية

1. اميريكيون:

برنامج يوضح الحياة في امريكا ، حياة العرب او الاميريكان ، ويصف كيف تعطي الولايات المتحدة الحق للعرب والمسلمين الامريكيين الذين هاجروا

---

(1) عرضت احدى حلقات البرنامج على سبيل المثال يوم الجمعة ٢٦ آب 2005 بعنوان "هل بات مبدأ التوافق السياسي، حجر العثرة الرئيسي أمام مشروع الديموقراطية في العالم العربي؟ وكيف يمكن الموازنة بين التوافق من جهة والاستقرار والديموقراطية من جهة أخرى؟"

اليها في الحياة والعيش الكريم ، وتحل مشاكلهم مع بيان حب هؤلاء للولايات المتحدة، فالبرنامج ينطلق من مشاكل هؤلاء او مواقف تعرضوا لها ، والهدف الرئيس من البرنامج هو بيان حياة العرب والمسلمين في امريكا[*] ، يعرض هذا البرنامج يوم السبت ويعاد بثه ثلاث مرات يومي الاحد والاثنين ، وهو من تقديم افرام القصيفي.

2. ساعة وثائقية:

برنامج وثائقي يعرض هذا البرنامج ستة ايام في الاسبوع كما يعاد عرض الحلقاة الستة مرة واحدة لكل حلقة ، ويتضمن أفلاما وثائقية نالت العديد من الجوائز العالمية، علمية، تاريخية، طبية، فنية وأخرى مرتبطة بالأحداث اليومية البارزة ، وهو من البرامج المستوردة[*] والمترجمة التي تعرضها قناة الحرة .

3. أكثر الشخصيات شراً عبر التاريخ:

برنامج اسبوعي وثائقي يسلط الضوء على الحياة العملية والخاصة لأكثر الشخصيات التي اشتهرت عبر التاريخ بالشر[1]، والبرنامج "عبارة عن دراسة متلفزة عن هؤلاء الذين طبعوا التاريخ بشرهم خلال ألفي عام"[2]. يعرض يوم الثلاثاء ويعاد بثه في اليوم نفسه كما يعاد بثه يوم الاربعاء مرتين.

4. Marvels Modern

يعرض هذا البرنامج سلسلة من لإنجازات هندسية أو طبية أو تكنولوجية ، التي

(*) يشبه هذا البرنامج برنامجا اذاعيا كان يبث من القسم العربي في صوت امريكا الملغي في ثمانينيات وتسعينيات القرن الماضي.

(*) البرامج المستوردة : هي البرامج التي لا تنتجها قناة الحرة ، و تعتمد قناة الحرة في برامجها على البرامج المستوردة ، وخاصة البرامج الترفيهية التي لاتنتج " الحرة" منها الا برنامج " سينماكزين" الذي تقدمه عائشة الدوري وبرنامج "ازرار" الذي تقدمه اسيا كوجو.

(1) متابعة الباحث لقناة الحرة 2006/3/20

(2)موقع قناة الحرة:

http://www.alhurra.com/ProgramDetailsAr.aspx 7.7.2006.

ساهمت في صناعة التاريخ الحديث[1] ، ويقدم هذا البرنامج "تكريما للعباقرة الذين اكتشفوها ونفذوها واخرجوها الى الوجود"[2] . يعرض هذا البرنامج يوم الخميس ويعاد عرضة يومي الخميس والجمعة

5. برنامج خاص: (نقاش)

يجمع هذا البرنامج بين المواطنين والخبراء في العالم العربي ليناقش قضايا تعنى بها سياسة القناة بها كحقوق الإنسان والحريات والتعليم والمرأة والبطالة وغيرها من مواضيع بالاعتماد على مايأتي في تقرير الأمم المتحدة حول التنمية البشرية في العالم العربي يقدم هذا البرنامج يوم الخميس ويعاد عرضه يوم الجمعة.

6. أحد الأسئلة:

وهو من برامج المجلة الذي يتناول مواضيع سياسية واجتماعية ، حيث يتم تسليط الضوء عن طريق البرنامج على أبعاد جديدة لأحداث الشرق الأوسط والعالم، ويمزج شكل البرنامج بين التقارير والحوارات المقرونة بمؤثرات سمعية- بصرية، ويتيح البرنامج للمشاهدين امكانية اقتراح موضوعات الحلقات المقبلة، عبر المشاركة بواسطة البريد الإلكتروني للبرنامج الموجود على موقع الانترنت، وتشكل فكرة اقتراح مواضيع الحلقات من قبل الجمهور فرصة للتعرف على اهتماماته، كما تعمل على اشعار المشاهد بانه نشارك في البرنامج عبر افكاره كي لا يكتفي بالمشاهدة ويقدم هذا البرنامج الذي يبث يوم الاحد ويعاد في اليوم نفسه ويوم الاثنين ، والبرنامج من تقديم نديم قطيش.

7. مع الناس:

برنامج مجلة يعرض يوم الاحد من كل اسبوع ويعاد عرضه يوم الاثنين مرتين ويومي الثلاثاء والخميس يتناول اهم القضايا الاجتماعية والثقافية العربية، لما يشغل الناس ويثير اهتمامهم وهو من تقديم طوني طوق .

---

(1) متابعة الباحث لقناة الحرة، بتاريخ 2006/3/20.

(2) موقع قناة الحرة :

http://www.alhurra.com/ProgramDetailsAr.aspx . 7.7.2006.

البرامج الترفيهية

1. رحاب العالم:

برنامج ترفيهي[1] يعرض مرتين في الاسبوع ويعاد عرض الحلقات يتضمن رحلات استكشافية حول العالم بواسطة سلسلة فنية تأخذ المتلقي الى أجمل المواقع والبلدان ليتم تعريف المشاهد بالجغرافيا عن طريق شرح مواضيع عن البلدان مثل الحدود والتاريخ والحرف والفنون والآثار والحضارات التي تمثل تلك البدان.

2. برنامج Bravo Profiles

برنامج ترفيهي[2] اسبوعي يعرض عصر يوم الخميس بتوقيت البلدان العربية ويعاد عرضه ليل الخميس ايضا . (يقفز هذا البرنامج خلف الحدود التقليدية، ويرفض أن يسرد من جديد قصص حياة ضيوفه . انه يكتشف و يحلل مراحل العملية الفنية من أولها حتى تنفيذها، بل إنه يروي بدايات أهم النجوم الذين تركوا بصمات واضحة في عالم الفن، ويتحدث عن سيرهم الفنية والذاتية. إنها رحلة فريدة تعيشونها مع نجومكم المفضلين في لقطات من خلف كواليس انتاجاتهم الفنية، إلى كواليس بداياتهم وحياتهم الشخصية).

3. برنامج ايماكس:

برنامج اسبوعي يتناول قضايا الحياة من زوايا جديدة ، حيث يعرض أفلاماً فريدة ومناظر خلابة من خلف العدسة في برنامج(IMAX) من على ظهر طائر، او تكون مربوطاً بإطار سيارة يعرض يوم الجمعة ويعاد عرضه يوم السبت.

4. وراء الأبواب الموصدة:

برنامج نصف اسبوعي يعرض السبت والاربعاء ويعاد عرض كل حلقة **مرتين**، تتضمن رحلات إلى أماكن خاصة جداً وزيارات الى أكثر مباني العالم حراسة ،

---

(1) ورد في الموقع الالكتروني لقناة الحرة مصطلح (برنامج السفر).

(2) ورد في الموقع الالكتروني لقناة الحرة مصطلح (برنامج تسلية).

مصنع لصك النقود ، ونظرة داخلية من سجون النساء الأكثر خطورة و أسرار مكاتب البريد ومختبرات الجريمة والخطوط الأمامية لعمليات الجمارك ومطاردة المهربين .

5. ازرار:

برنامج اسبوعي يهتم بعروض الازياء وأحدث التصاميم من اشهر دور الازياء والمصممين في العالم ، كما يظهر أبرز الابتكارات وآخر صيحات الموضة في الشرق الأوسط والعالم ، وأحدث التقنيات في عالم التجميل وأدواته ، تقدم هذا البرنامج آسيا كوجو التي تصور البرنامج من صالات العرض ومراكز التصميم يعاد عرضه ثلاث مرات اسبوعيا .

6. نجوم هوليود:

برنامج نصف اسبوعي يعرض العلاقات العاطفية التي تجمع ممثلي وممثلات هوليوود خارج الشاشة فتصور حياتهم وتصفها من النظرات الأولى حتى الأعراس الباهرة التي تجمع الممثلين والممثلات حتى تكوين العائلة وانجاب الاطفال ، وهو من البرامج الاجنبية المترجمة التي تستوردها قناة " الحرة " يعاد عرض الحلقة الواحدة مرتين في الاسبوع .

7. عالمان مختلفان:

برنامج نصف اسبوعي يصورعائلات أميركية تنتقل إلى دول أخرى جديدة ومختلفة لتخوض تجارب وسط حضارات وثقافات لا تشبه حياتها اليومية وهو برنامج مستورد ومترجم . يعاد عرض الحلقة الواحدة مرتين في الاسبوع .

8. ذاكرة هوليود:

برنامج نصف اسبوعي يصور نجوم هوليود ومزاياهم ، عن طريق عرض مواضيع الجمال والسحر بواسطة تناول السير الذاتية للممثلين والممثلات. يعاد عرض الحلقة الواحدة مرتين في الاسبوع .

9. سينماكازين:

برنامج ترفيهي اسبوعي يتناول عالم السينما حيث يتم توضيح ذلك من عرض الأخبار واللقاءات مع كبار النجوم فضلا عن التغطية التي تقوم بها مقدمة البرنامج لأبرز المهرجانات السينمائية العربية والعالمية، يعاد عرضه ثلاث مرات في الاسبوع ، وهو من تقديم عائشة الدوري .

10. الجسد والروح:

برنامج نصف اسبوعي يهدف الى تخليص المشاهد من الضغوط النفسية بوسائل طبيعية عن طريق ممارسة تمارين رياضية وأسلوب حياة يساعدان على تحقيق صحة جسدية وذهنية مثلى ، كما يتضمن فقرات العلاج بالنبات والغذاء السليم والعلاج بالموسيقى في تقارير من حول العالم ، يعاد عرض الحلقة الواحدة مرتين في الاسبوع .

البرامج الرياضية

1. رمية حرة:

برنامج رياضي اسبوعي يلخص أهم الأحداث الرياضية العالمية خلال اسبوع ، وتغطية لأبرز الأحداث الرياضية في الشرق الأوسط والعالم في أخبار وتقارير مفصلة وهو من تقديم جورج الشويري ولؤي محمود وطارق أحمد يعرض يوم الجمعة ويعاد عرضه يوم السبت من كل اسبوع .

البرامج الإخبارية

تتكون البرامج الاخبارية لقناة "الحرة" من نشرات الاخبار والمواجيز فضلا عن نشرات الاخبار القصيرة.

1. العالم الآن:

وهو موجز لاهم الاحداث ويقدم بشكلين الاوا موجز سريع يتضمن عناوين اهم الانباء وتفاصيل سريعة عنها بايقاع سريع وخلفية موسيقية ويكون وقته في

منتصف الساعة على ، كما تاخذ "العالم الان" شكلا اخر وهو النشرة القصيرة التي تاتي على راس الساعة وتستمر لفترة تسع دقائق .

2. نشرة اخبار "العالم اليوم":

نشرة الأخبار المسائية الرئيسية تعرض عند الساعة التاسعة بتوقيت بغداد ، وتتضمن أخبارا وتقارير من الشرق الأوسط ، الولايات المتحدة والعالم، كما تتضمن حوارات ولقاءات مباشرة مع مختصين او مراسلي القناة وفق المستجد والمهم من الاحداث[1].

3. نشرة اخبار "العالمية":

نشرة الأخبار المسائية الثانية ، تعرض عند منتصف الليل بتوقيت اغلب البلدان العربية تتضمن أخبار وتقارير من الشرق الأوسط ، الولايات المتحدة والعالم .

4. نشرة اخبار "الساعة الاولى":

نشرة صباحية يومية تبث عند الساعة التاسعة صباحا بتوقيت بغداد تتضمن أخبارا وتقارير تعدها شبكة مراسلي "الحرة" من الشرق الأوسط، الولايات المتحدة والعالم لا يعاد عرضها.

5. برامج قناة "الحرة عراق":

تشترك قناة الحرة بفترات من البرامج بالبرامج الرئيسية لقاة " الحرة " فيما تعرض في اوقات ينفصل فيها البثان برامج موجهة للجمهور العراقي ، وتنتج هذه البرامج في المركز الرئيس في واشنطن في قناة "الحرة عراق" بينما تنتج برامج اخرى في مركز الانتاج في بغداد ، وتشكل البرامج الحوارية اغلب البرامج المنتجة في مكتب بغداد كما تنتج برامج وثائقية ويشارك المكتب بانتاج نشرة اخبار " العراق اليوم " التي تختص بالشان العراقي فقط ، عن طريق تقارير المراسلين في بغداد والمحافظات.

(1) لقاء اجراه الباحث مع علي عبد الامير احد مديري تحرير نشرات الاخبار ، من واشنطن عبر الهاتف بتاريخ 2006/7/17

أ- البرامج التي تنتج في مكتب بغداد

1. بالعراقي:

برنامج حواري يومي (يقدم خمسة ايام في الاسبوع من الاحد الى الخميس من كل اسبوع) يتابع الحدث العراقي اليومي[1] عبر نقاش مع معنيين بالشان العراقي من الاكاديميين ورجال الدولة والبرلمانيين ويحرص البرنامج على تقديم شخصيات متباينة بالمواقف والاراء ازاء ما يجري في العراق[2] . البرنامج من انتاج مكتب بغداد و يتناوب على تقديمه سرمد الطائي ، واحمد الهاشم كما تقدم حلقاته ايضا داليا العقيدي.

2. بين جيلين:

برنامج يجمع بين شباب اليوم وشباب الأمس اي يجمع بين جمهور من جيلين ليبحث معهم ويناقشهم ويعرض آراءهم ، أي يبحث الاختلاف بين جيلين من حيث وجهة نظرهم في مواضيع مثل الزواج والحب والعائلة والحرية والمستقبل[3] البرنامج من انتاج مكتب بغداد وتقديم عارف الساعدي ، ويتم عرضه يوم الثلاثاء ويعاد عرضه يوم الاربعاء.

3. برنامج برج بابل:

برنامج حواري اسبوعي يتناول ملفات ثابتة ومشاكل بعيدة الأمد[4] من الهموم اليومية التي يعيشها المواطن العراقي ، من خلال الشرح والنقاش الجاد مع المعنيين والجمهور للوصول الى حلول للمشاكل التي تعتري المجتمع والدولة العراقية[5] ،

---

(1) مقابلة اجراها الباحث مع معد البرنامج قيس حسن في فندق فلسطين ميريديان بتاريخ 2006/7/10.

(2) مقابلة اجراها الباحث مع سرمد الطائي مقدم البرنامج في فندق فلسطين ميريديان في بغداد بتاريخ 2006/4/14 .

(3) مقابلة اجراها الباحث مع مقدم البرنامج عارف الساعدي في فندق فلسطين ببغداد بتاريخ 2006/4/12.

(4)مقابلة اجراها الباحث مع معد البرنامج قيس حسن في فندق فلسطين ميريديان بتاريخ 2006/7/10.

(5) متابعة الباحث للقناة لمدة سنة ونصف دونت على شكل ملاحظات .

هنالك ادراك ان مايطرح ليس بالضرورة سيصل الى حلول لكن البرنامج وفق ما يقول معده ومقدمه عماد الخفاجي يطرح اسئلة ربما تحرج المسؤول وتحتاج منه الى اجوبة وحلول وان لم يفعل فهي حجة البرنامج على المسؤول ايا كان[1] يعرض البرنامج يوم الخميس ويعاد عرضه في اليوم نفسه ويوم الجمعة.

ب- البرامج التي تنتج في واشنطن

1. حديث النهرين:

برنامج حواري اسبوعي يتناول مع ضيوف متعددين قضايا وأحداثا وظواهر عراقية ، بين آراء المواطنين ومواقف المسؤولين والمعنيين والمراقبين، من استضافتهم ومحاورتهم بتلك المواضيع، ويعتمد البرنامج على استضافة شخصيات تمثل اتجاهات مختلفة لضمان عرض وجهات النظر المختلفة[2]، يعرض يوم الجمعة ويعاد بثه في نفس اليوم ومرتين يوم السبت، وهو من تقديم سالم مشكور.

2. استوديو الرياضة:

برنامج أسبوعي رياضي منوع، يسلط الضوء على أهم احداث الرياضة العراقية ونجومها فضلا عن تقديم آخر وأهم الاخبارالرياضية المحلية والعربية والعالمية والعديد من الفقرات تقديم حسام حسن .

3. سبعة أيام:

برنامج في شكل مجلة يستعرض ابرز احداث العراق في اسبوع عبر تقارير تتناول قضايا سياسية واجتماعية وثقافية طبعت بنتائجها حياة العراقيين في اسبوع. كما يستضيف البرنامج خبراء ومتخصصين وأكاديميين او مهنيين لمناقشة القضايا المطروحة عبر التقارير بالتعليق والتحليل يعرض البرنامج يوم السبت ويعاد عرضه في

---

(1) مقابلة اجراها الباحث مع مقدم البرنامج عماد الخفاجي في بغداد بتاريخ 2008/7/18.

(2) مقابلة اجراها الباحث مع معد ومقدم البرنامج سالم مشكور من واشنطن عبر الهاتف بتاريخ 2006/7/19 .

اليوم نفسه كما يعاد في اليوم التالي وهو يوم الاحد مرتين وهو من تقديم علي عبد الأمير عجام[1].

برامج خاصة وتغطيات:

كما تبث قناة الحرة في مناسبات معينة برامج خاصة وهي عبارة عن برامج وثائقية تصاغ مادتها المحررة بعناية حيث يتوافق البرنامج كموضوع وصياغة تحريرية مع برنامج الدبلوماسية الشعبية الامريكية ومن ابرز البرامج التي عرضتها قناة الحرة برنامج (**11- 9 بعد خمس سنوات: حياة ضد الإرهاب**) وهو برنامج خاص من نيويورك حول الحياة في هذه المدينة بعد خمسة أعوام على الهجمات التي طالتها سنة 2001 ، وقد استضاف البرنامج مسؤولين أميركيين وناشطين في مجال مكافحة الإرهاب قدمه شريف عامر ، وبرنامج (**الملف النووي الإيراني**) الذي تناول موضوع الملف النووي الإيراني وتداعياته السياسية والأمنية في الشرق الأوسط والخليج والعالم، والسباق بين احتمالات المواجهة وإمكانات التفاوض بين إيران "والمجتمع الدولي" إضافة إلى السياسة الأميركية تجاه هذا الملف ونقاط التوافق والاختلاف مع سائر المواقف الدولية ، قدم هذا البرنامج حسين جرادي ، وقد اهتمت قناة الحرة بالتغطية المباشرة للهجوم "الاسرائيلي" على لبنان "لمواكبة تطورات المواجهة بين حزب الله و"إسرائيل" على الأراضي اللبنانية"[2] وتتضمن هذه التغطية التي سميت بـ (**المواجهه**) ، على نشرات اخبارية قصيرة وحوار مع متخصصين بالشان اللبناني فضلا عن التواصل مع مراسلي "الحرة" في مناطق لبنان "واسرائيل" المختلفة ، وقد امتدت التغطية في بعض الايام الى عشر ساعات متواصلة.

---

(1) لقاء اجراه الباحث مع مقدم البرنامج علي عبد الامير من واشنطن عبر الهاتف يوم 2006/7/15.

(2) موقع قناة الحرة: http://www.alhurra.com/ProgramDetailsAr.aspx.7.7.2006 .

المصادر والمراجع

اولاً. المراجع

1. ابو عرقوب، ابراهيم، معجم مصطلحات الحرب النفسية، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 1992 .
2. حجاب، محمد منير، الموسوعة الاعلامية، المجلد الرابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
3. طه، فرج عبد القادر، موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، الكويت، دار بعاد الصباح، 1993.
4. اليسوعي، لويس ملعوف، المنجد في اللغة والادب والعلوم ط 17، بيروت، المطبعة الكاثوليكية، 1960.

ثانياً. الكتب العربية

1. ابو اصبع، صالح خليل، المدخل الى الاتصال الجماهيري، عمان، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، 1998.
2. ابونا، موسى حبيب، الاقتصاد يحكم العالم، لندن، للاعلام والنشر، 1996.
3. الاسود، صادق، علم الاجتماع السياسي : اسسه وابعاده، بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد – كلية العلوم السياسية، 1990.
4. إمام، إبراهيم، الإعلام والاتصال بالجماهير، ط3، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1984.
5. بدر، أحمد، الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية، الكويت، دار القلم، 1974.

6. ـــ، الرأي العام، طبيعة تكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، القاهرة، دار قباء للطباعة والتوزيع، من دون سنة نشر.
7. بيضون، أحمد، وآخرون، العرب والعالم بعد 11 أيلول/ سبتمبر، حلقة نقاشية، ط 2، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2004
8. التهامي، مختار، الرأي العام والحرب النفسية، القاهرة، دار للمعارف، 1982.
9. الجبوري، رحمن، المبادئ الأساسية لعمل المنظمات غير الحكومية، بغداد، المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية ـ مكتب بغداد، د. ت.
10. جرجس، فواز، السياسة الأمريكية تجاه العرب كيف تصنع ؟ ومن يصنعها؟، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، 2000.
11. الجمال، راسم محمد، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الاعلامية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999 .
12. الجوهري، محمود محمد، العلاقات العامة في المؤتمرات الدولية، القاهرة، دار المعارف، 1959.
13. حاتم، محمد عبد القادر، الرأي العام وتأثره بالاعلام والدعاية، ج2 بيروت، مكتبة لبنان، 1989.
14. حجاب، محمد منير ووهبي، سحر محمد، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
15. حسين، سمير محمد، تحليل المضمون: تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته...، ط2، القاهرة، عالم الكتاب، 1996.
16. خضور، اديب، دراسات في المنهجية والسيمولوجية وتحليل المضمون، دمشق، مطبعة خالد بن الوليد، 1987.
17. **الدباغ**، ضرغام عبد الله، قوة العمل الدبلوماسي في السياسة، بغداد، دار أفاق عربية للصحافة والنشر، 1985.
18. ربيع، حامد، الحرب النفسية في الوطن العربي، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1972.

19. رشتي، جيهان، الأعلام الدولي بالراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، 1979.

20. ــــ، الدعاية واستخدام الراديو بالحرب النفسية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1979 .

21. ــــ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1982 .

22. ــــ، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985 .

23. زكريا، التفكير العلمي، ط3، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والادب والفنون، 1988.

24. زهران، حامد عبد السلام، علم النفس الاجتماعي، القاهرة دار العالم العربي، 1977.

25. سعيد، أبو طالب محمد، علم مناهج البحث، ج1، بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي – جامعة بغداد، 1990.

26. سعيد، هناء عبد الحليم، الاعلان والترويج، القاهرة، جامعة القاهرة، 1993.

27. سلمان، عبد الله محمود، المنهج وكتابة تقرير البحث في العلوم السلوكية، المكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، 1973.

28. سليمان، علي حيدر، تأريخ الحضارة الاوربية الحديثة، بغداد، دار واسط للدراسات والنشر والتوزيع، 1990.

29. سميسم، حميدة، الاتصال والاذاعات العربية الموجهة، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، سلسلة الموسوعة الصغيرة، العدد (370)، 1990.

30. ــــ، الحرب النفسية، مدخل، بغداد، دار الكتب للطباعة، 2000.

31. ــــ، نظرية الرأي العام، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، 1992.

32. الشال، انشراح، الأعلام الإسلامي وتكنلوجيا الاتصال في مجال التلفزيون، القاهرة دار الفكر العربي، 1994.

33. شلبي، كرم، الراديو والتلفزيون في الحرب النفسية، بغداد، بلا دار نشر، 1973.

34. عبد الحميد، محمد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2000.

35. عبد الغني، سهير، الإذاعة الدولية، دراسة مقارنة لنظمها وخلفياتها، الكويت، مؤسسة علي جراح الصباح، 1978 .

36. عبد الله، عبد الخالق، العالم المعاصر والصراعات الدولية، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، العدد 133، كانون الثاني، 1989 ..

37. عجوة، علي، العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة، عالم الكتب، 1983.

38. علي خان، اميمة، علم النفس، بغداد، مطبعة القاني، 1970.

39. عليوة، السيد، ادارة الصراعات الدولية : دراسة في سياسات التعاون الدولي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1988.

40. عوض، غازي زين، الأسس الفنية للمجلة، القاهرة، الهيئة المصري العامة للكتاب، 1997 .

41. العويني، محمد علي، الأعلام الدولي بين النظرية التطبيق، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1990.

42. فلحوط، صابر والبخاري، محمد، العولمة والتبادل الاعلامي الدولي، دمشق، منشورات دار علاء الدين، 1999.

43. فلحي، محمد جاسم، صناعة العقل في عصر الشاشة : دور وسائل الاتصال الالكتروني في المجتمع المعاصر، عمان، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002.

44. محمد، ثامر كامل، التأصيل النظري للدبلوماسية رؤية معاصرة، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، مركز الدراسات الدولية، سلسلة دراسات مترجمة، العدد 6، 2000.

45. محمد، فاضل زكي، الدبلوماسية في عالم متغير، بغداد، جامعة بغداد، كلية العلوم السياسية، 1992.
46. مرعي، توفيق وبلقيس، احمد، الميسر في علم النفس الاجتماعي، عمان، دار الفرقان للنشر والتوزيع، 1984 .
47. المعهد الديمقراطي الوطني، كيف تقوم المنظمات المحلية بمراقبة الانتخابات ترجمة واخراج، وكالة قاسم للترجمة والاعلانات، 1997.
48. مقلد، إسماعيل صبري، الاستراتيجية والسياسة الدولية، بيروت مؤسسة الإيمان العربية، 1979.
49. الناصري، سلام خطاب، الإعلام والسياسة الخارجية الامريكية، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، 2000 .
50. نصر، صلاح، الحرب النفسية، معركة الكلمة والمعتقد ج1، ط2، القاهرة، 1967.
51. النعمة، كاظم هاشم، العلاقات الدولية، الموصل، دار الكتب للطباعة والنشر، 1972.
52. يسين، السيد، الشخصية العربية بين صورة الذات ومفهوم الاخر، ط3، بيروت، دار التنوير، 1983.

ثالثاً. الكتب المترجمة

1. الويتز، لاري، نظام الحكم في الولايات المتحدة الأمريكية، ترجمة جابر سعيد عوض القاهرة، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، 1996 .
2. بروموشكين ف.ي. وموفا ي.ر.، الاستعمار الفكري والروحي، ترجمة نجيب غبرا، دمشق دار الشيخ للدراسات والترجمة والنشر 1996.
3. تايلور، فيليب، قصف العقول، ترجمة سامي خشبة، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، سلسلة عالم المعرفة، 2000.

4. دافيدوف، ليندال، المدخل الى علم النفس، ترجمة سيد الطواب وآخرون، القاهرة، دار ماتجروهيل، 1983.
5. دانيلون، واين أ.، تحليل المضمون وبحوث الاتصال في جامعة في الولايات المتحدة الامريكية، المدخل الى بحوث الاتصال الجماهيري ترجمة المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، دار الحرية للطباعة، 1988.
6. دوللو، لويس، العلاقات الثقافية الدولية، ترجمة بهيج شعبان، بيروت، منشورات عويدات 1974.
7. دوميناك، جان ماري، الدعاية السياسية، ترجمة جلال فاروق الشريف، دمشق، دار الصحافة، 1965.
8. ديفلير، ملفن ل. وروكش، ساندرا بول، نظريات وسائل الاعلام، ط3، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الوطنية للنشر والتوزيع، 1999.
9. رامبتون، تيلدون وشوبر، جون، اسلحة الخداع الشامل: استخدام الدعاية في حرب بوش على العراق، ترجمة مركز التعريب والبرمجة، الأمارات العربية المتحدة، الدار العربية للعلوم، 2004.
10. سيرفاتي، سيمون، وسائل الإعلام والسياسة الخارجية، ترجمة محمد مصطفى القاهرة، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، 1995.
11. شرودر، ريتشارد، موجز نظام الحكم الاميركي ب . م : وكالة الاعلام الامريكية، ب. ت.
12. شيلر، هربرت، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، 1986
13. فريزر، لندلي، الدعاية السياسية، ترجمة عبد السلام شحاته، القاهرة، دار الفكر العلمي، 1960.
14. فلور، م. دي وروكاخ، س. بال، نظريات الإعلام، ترجمة محمد ناجي الجوهر، اربد، دار الامل للنشر والتوزيع، 1994.

15. كرومبتون، صموئيل، رؤساء امريكا، ترجمة مركز اعلام الوطن العربي، دار الملتقى للنشر 1994.
16. كرومبتون، صموئيل، رؤساء امريكا، ترجمة مركز اعلام الوطن العربي، دار الملتقى للنشر 1994.
17. مجموعة باحثين سوفيت، الاخطبوط الاعلامي والدعائي، ترجمة حسين حبش، بيروت، دار الفارابي، 1976
18. مكريدس، روي، مناهج السياسة الخارجية في دول العالم، ترجمة: حسن صعب، بيروت، منشورات المكتبة الاهلية، 1961.
19. نوريس، روبرت وميرلو، باتريك، مراقبة الإعلام لتعزيز الانتخابات الديمقراطية، ترجمة نور الاسعد، ط2، المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، 2002.

رابعاً. الرسائل والاطاريح

1. الجبوري، اديم وضاح اسماعيل، منهج التفكير الاستراتيجي الامريكي بعد الحرب الباردة: دراسة مظاهر التغير، رسالة ماجستير غير منشورة كلية العلوم السياسية - جامعة بغداد 2005.
2. حسين، داوود مراد، المشاركة السياسية وتاثيرها في السياسة الخارجية الامريكية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية - جامعة بغداد، 1997.
3. حسين، عبد الامير عباس، الشؤون العراقية في راديو سوا، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2006.
4. راضي، وسام فاضل، الأفلام الأمريكية في تلفزيون العراق واعتبارات الامن الثقافي، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام - جامعة بغداد، 2001.

5. الزعبي، سلافة فاروق، صورة العرب في الاعلام الامريكي من خلال اخبار شبكة CNN الامريكية، اطروحة دكتوراه غير منشودة، كلية الاعلام _ جامعة بغداد، 2004 .
6. زيادة، جلال الدين الشيخ، الوظيفة الثقافية للقنوات الفضائية العربية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، بغداد، كلية الاداب – جامعة بغداد، 1999.
7. زيدان، ناهض فاضل، العلاقات العامة في السياسة الخارجية العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، بغداد، كلية الاداب - قسم الاعلام، 1996.
8. الشمري، محمد بديوي، صورة الجندي الامريكي لدى الجمهور العراقي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام - جامعة بغداد، 2005.
9. عبد الصاحب، احمد مطشر، "اشكال البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية العربية وخصائصها الفنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام – جامعة بغداد، 2006 .
10. العبيدي، مؤيد خليل، أساليب الإعلام العراقي في مواجهة الدعاية الأمريكية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام – جامعة بغداد، 2003 .
11. غضيب، جودت كاظم، دور المساعدات في السياسة الخارجية رسالة ماجستير غير منشورة، المعهد العالي للدراسات القومية والاشتراكية، الجامعة المستنصرية، 1982.

خامساً. البحوث والدراسات

1. صادق، حيدر بدوي، مستقبل الدبلوماسية في ظل الواقع الاعلامي والاتصال الحديث، سلسلة دراسات ستراتيجية العدد (5)، ابو ظبي، مركز الامارات للدراسات والبحوث الستراتيجية 1996.
2. العساف، سوسن إسماعيل وعبد السادة، إيناس، الثوابت والمتغيرات في السياسة الخارجية الامريكية، امريكا في مواجهة العالم، سلسلة دراسات مترجمة، بغداد، جامعة بغداد، مركز الدراسات الدولية، العدد 25، 2003.

3. محمد، ثامر كامل، التأصيل النظري للدبلوماسية رؤية معاصرة، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، مركز الدراسات الدولية، سلسلة دراسات مترجمة، العدد 6، 2000.

سادساً. المحاضرات

1. الهيتي، هادي نعمان، مناهج البحث العلمي، محاضرات القيت على طلبة الماجستير في السنة التحضيرية (2004- 2005)، ملزمة مطبوعة بالرونيو.

سابعاً. الصحف والمجلات

1. البياتي، ياس خضير، الاستراتيجية الامريكية للغزو الاعلامي، مجلة شؤون سياسية، بغداد، العدد 2، 1994.
2. تاتوايلر، ماركريت، الدبلوماسية الشعبية بلوغ ما وراء الجهد (التقليدي) شهادة ادليت بها امام اللجنة الفرعية للتجارة والعدل الخارجية والفضاء التابعة للجنة الاعتمادات بمجلس النواب الامريكي بتاريخ (4 شباط / فبراير 2004)، مجلة المستقبل العربي العدد 301 اذار/ مارس، 2004
3. جريدة النهار اللبنانية، 2005/12/23.
4. الحسناوي، فرج، الرأي العام وسيكولوجية الشعوب، جملة الدراسات الاعلامية، العدد 41، بغداد، 1985.
5. الخيرو، مصباح محمد، تصميم للبحوث الاجتماعية الميدانية، مجلة "الفنون الإذاعية"، العدد الثامن، بغداد، نيسان 1975.
6. الديك، مفيد، وقفة حول الاذاعة العربية لصوت امريكا، حملة الاذاعات العربية، تونس، اتحاد اذاعات الدول العربية، العدد 4، لسنة 1992 .
7. رشتي، جيهان، الآثار الثقافية للاتصال عبر الاقمار الصناعية، مجلة الاذاعات العربية، تونس، العدد (2)، 1991.

8. رضوان، شامل، الإعلام وسيكولوجية الخطاب السياسي البحث عن التبرير، مجلة النبأ، مجلة شهرية تصدر عن المستقبل للثقافة والاعلام، العدد 55، تموز 2001 .
9. الرياض، جريدة، المملكة العربية السعودية، 26 كانون الثاني يناير 2006م، العدد 13730.
10.سليمان، ميخائيل، نظرة الامريكان الى العرب، مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 177، 1993.
11.الشرق الأوسط اللندنية، جريدة، العدد 9766، 24 آب/أغسطس 2005.
12.الشوريجي، منار، الانتخابات الأمريكية عام 2000، مجلة الدولية، العدد 43 1 كانون الثاني 2001.
13.عبد الحي، وليد، علاقة السياسة الخارجية الأمريكية بالتحولات الديمقراطية بالوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، العدد 267، مايس، 2000.
14.عبد الملك، احمد، في مقاله " دعوا "الحرة" وأصلحوا حريتكم" المنشور في جريدة الاتحاد الإماراتية في العدد 10483 في 2004/3/18
15.عدوان، نواف والهيتي، هادي، اتجاهات نشرات اخبار التلفزيون (الاسرائيلي) باللغة العربية، مجلة البحوث، بغداد، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، العدد 15، تموز 1985 .
16.غريب، ادمون، الإعلام الأمريكي والعرب، مجلة المستقبل العربي، العدد (260) سنة 2000.
17.مجلة (hi) العدد 11، ايار / مايو 2004 .
18.مسلم، مليار، في بيت الطاعة الامريكي، تقرير لجنة "تشيني" للدبلوماسية، ترجمة مجدي عبد الكريم، جريدة العربي المصري الاسبوعية، العدد 879، بتاريخ 2004/10/5.
19.مكحل، غسان، الانترنت والسياسة الخارجية الامريكية، مجلة شؤون الشرق الاوسط، العدد 100، تشرين الثاني، 2000

20.نور الدين، محمد عباس، الخلفية الايدولوجية للاعلام الغربي، مجلة المستقبل العربي العدد 199، ايلول، 1999.

21.هل المشكلة صورة امريكا ام استراتيجيتها، مجلة المستقبل العربي، بيروت مركز دراسات الوحدة العربية، السنة السادسة والعشرون، العدد 297، تشرين الثاني، نوفمبر 2003 .

ثامناً. مواقع الانترنت باللغة العربية

1. اذاعة اوربا الحرة موسوعة ويكيبيديا الالكترونية

.http://en,wikipedia .org /wiki/radio free europ , 17-1-2006

2. رايس تعين رئيساً للمعونات الخارجية، نشرة واشنطن، 20 كانون الثاني

http:// us info state. gov. -22-1-2006..2006

3. كلمة باتريشيا هارسون، مساعدة وزير الخارجية للشؤون التعليمية والثقافية أمام لجنة الشؤون الدولية في مجلس النواب، يوم 19 آب/ 2004، نشرة واشنطن، موقع وزارة الخارجية الأمريكية :

http://usinfo.state.gov/ar/Home/products/washfile.html

4. محمد حمدي الحجار، سيكولوجية الحرب النفسية الأمريكية الأسس والمبادئ والممارسة

http:// www. arab ceps. Com / psy war htm. 12. 7. 2005

5. نشرة واشنطن، وزارة الخارجية الأمريكية :

http://usinfo.state.gov/ar/Home/products/washfile.html

6. نشرة واشنطن، المؤتمر الصحفي للبيت الأبيض يوم 14/ آذار/ مارس 2005.

http: www. Us info. State. Gov/ ar/ HOM/ products/ wash file. Html

7. عبد الرحيم علي، الشباب العربي .. هدف الدبلوماسية الامريكية، اسلام اونلاين 23- 8 - 2004

http://www.islamonline.net/Arabic/news/2004-08/23/article10.shtml. 6.6.2005

8. مراد احمد، قراءة في موقع الحرة بين وسائل الاعلام العربي 2004/2/26
http://www.kefaya.org / who.htm.7.5.2005

9. واشنطن تخطط لبث فضائي بالعربية يحاكي الجزيرة، الجمعة 2001/4/26
http://www. Aljazeera.net /news/archire .14-5-2005.

10. الولايات المتحدة تبدأ البث التلفزيوني الفضائي باللغة العربية، نشرة واشنطن، وزارة الخارجية الامريكية، 14 شباط / فبراير 2004م
http://www. Usinfo.state.gov/Arabic/wfsub.htm . 5-6-2006.

11. برامج الدبلوماسية الشعبية الأمريكية...بين نجاح وفشل، تقرير واشنطن، العدد 23، ابريل نيسان 2005.
http://www.usinfo.state.gov.29. 7. 2005

مشروع برامج تلفزيونية جديدة للأطفال بهدف تحسين العلاقات بين الامريكين والعرب، نشرة واشنطن، 11/ أيار/ مايو 2006
http://usinfo.state.gov/ar/society_culture_and_values/islam_in_america.html

12. رايس تعلن منحة لأطفال اندونيسيا، نشرة واشنطن، 3/ نيسان/ابريل 2006.

13. موقع قناة الحرة:
http://www.alhurra.com/ProgramDetailsAr.aspx 7.7.2006.
http://www.alhurra.com/ProgramDetailsAr.aspx. 9.7.2006

14. الولايات المتحدة تبدأ البث التلفزيوني الفضائي باللغة العربية، نشرة واشنطن وزارة الخارجية الامريكية، 14 شباط (فبراير) 2002م
http://www. Usinfo.state.gov/Arabic/ wfsub.htm.5.6.2005.

15. بوش يوجه رسالة صداقة للايرانيين عبر اذاعة موجهة
http://www.aljazeera.net/news/archire .

16. الاستحقاقات الجديدة على الساحة الايرانية، تغير اساليب الضغط والاحتواء، شبكة النبأ المعلوماتية
http://www.annabaa.org/nbanews, 23/170.htm. 16-6-2006..

17.مجلة (هاي) العربية الامريكية تدخل عامها الثالث

http://www.cnn.com 6.7.2006

18.مجموعة العاملين في مجلة هاي

http://www.himag.com/about u.s/staff.cfm .

19.مجدي خليل، لماذا فشلت قناة الحرة

http://www. Arabtimes.com/A2006/jan/103.html 8.4.2006

http://www.alhurra.com /subar.aspx 2-5-2006.

20.اعلاميون عملوا سابقا في " العربية " و " الجزيرة " مرشحون لانقاذ المحطة الامريكية " الحرة "، جريدة الشرق الاوسط، 1/اكتوبر/تشرين الاول :2004

http://www. Aawsat.com/default.asp.1.4.2005.

21.قناة الحرة الامريكية تتجه للعرب في اوربا

http://www.arabic.cnn.com/world/2/28/alhuraEurope 2/4/2006.

22.نائب الرئيس التنفيذي في قناة الحرة موفق حرب في حوار مع مجلة بث الشرق الاوسط "ميب"

i. http://www.mebjournal.com/arabic index.ph.p2 option =com 1/8/2006

23.كلمة باتريشيا هاريسون مساعد وزير الخارجية للشؤون الثقافية والتعليمية إمام لجنة الشؤون الدولية في مجلس النواب يوم 19 آب/ اغطس 2004.

تاسعاً. المقابلات

1. مقابلة اجراها الباحث مع احمد الشيخ علي مدير راديو سوا – مكتب بغداد في 2006/5/11م .

2. مقابلة اجراها الباحث مع احمد المهنا مدير مكتب قناة الحرة في بغداد في فندق فلسطين ميريديان بتاريخ 2006/6/8م .

3. مقابلة ثانية اجراها الباحث مع احمد المهنا مدير مكتب قناة الحرة في بغداد في فندق فلسطين ميريديان بتاريخ 2006/6/18م.

4. مقابلة اجراها الباحث مع المدير التنفيذي لقناة " الحرة عراق " السيد سالم مشكور عبر الهاتف من واشنطن في 2006/7/19.
5. مقابلة ثانية اجراها الباحث مع المدير التنفيذي لقناة " الحرة عراق " السيد سالم مشكور عبر البريد الالكتروني بتاريخ 2006/7/30 .
6. مقابلة اجراها الباحث مع مدير الاخبار في مكتب قناة "الحرة" في بغداد على الموسوي في فندق فسطين ميريديان بتاريخ 2006/8/15
7. مقابلة اجراها الباحث مع علي عبد الامير احد مديري تحرير نشرات الاخبار، من واشنطن عبر الهاتف بتاريخ 2006/7/17 .
8. مقابلة اجراها الباحث مع معد برنامج برج بابل قيس حسن في فندق فلسطين ميريديان بتاريخ 2006/7/10.
9. مقابلة اجراها الباحث مع سرمد الطائي مقدم برنامج بالعراقي في فندق فلسطين ميريديان في بغداد بتاريخ 2006/4/14 .
10. مقابلة اجراها الباحث مع مقدم برنامج بين جيلين عارف الساعدي في فندق فلسطين ببغداد بتاريخ 2006/4/12 .
11. مقابلة اجراها الباحث مع مقدم برنامج برج بابل عماد الخفاجي في فندق فلسطين في بغداد بتاريخ 2008/7/18.
12. مقابلة اجراها الباحث مع مقدم برنامج سبعة ايام علي عبد الامير من واشنطن عبر الهاتف يوم 2006/7/15.
13. مقابلة اجراه الباحث مع رئيس تحرير مجلة هاي فضيل الامين من واشنطن عبر الهاتف في 2006/2/14.

عاشراً. الانصات والمتابعة

1. روبرت ساتلوف، برنامج داخل واشنطن، الحلقة الاولى 2005/11/13، متابعة شخصية للباحث.

2. قناة الجزيرة الفضائية، برنامج من داخل امريكا، عنوان الحلقة صورة امريكا في العالمين العربي والاسلامي، متابعة شخصية، 2005/12/19م وقد أستضاف البرنامج كارين هيوز وكيل وزارة الخارجية الامريكية لشؤون الدبلوماسية الشعبية.

3. متابعة الباحث لاذاعة فردا مع المترجم باللغة الفارسية في فترات مختلفة:- 2006/3/2، 2006/3/10، 2006/3/11 .

4. متابعة الباحث لموقع قناة "الحرة" الالكتروني في فترات متفاوتة خلال عام ونصف .

5. المتابعة الشخصية لموقع قناة الحرة من قبل الباحث على مدى عام ونصف دونت على شكل ملاحظات.

6. نشرة اخبار " العالم اليوم "، قناة " الحرة "، متابعة الباحث من تاريخ 2005/10/1 -2005/12/31

احد عشر-الكراسات

1. وزارة الخارجية الامريكية، دائرة خدمات الجنسية والهجرة الامريكية، اهلاً وسهلاً الى الولايات المتحدة :- دليل المهاجرين الجدد للولايات المتحدة.

المصادر الاجنبية

اولاً- الكتب

1. Donald snow and Emgene Brown, the contours Relations, New York: st. martins press. 1996.
2. Edward P. Djerejion, changing Minds winning peace: a new strategic direction for U.S public diplomacy in the Arab and Muslim world, report of the advisory group on public diplomacy for the Arab and the Muslim world, 2003.
3. Hans N. Tuch. communication with the world .New York , St. Martins press . 1990
4. Harold Nicalson, the diplomacy, Second Edition, London, 1955.
5. Jarol B. Manbein , strategic public Diplomacy and American foreign policy : The Evolution of influence , Newyork , oxford university press , 1994.
6. Jozef . Ney, soft power , New York , public affairs , 2004.
7. Miltan C. Cummings , cultural diplomacy and the united stotes government : Asurvey , Washington , center for arts and culture , 2003.
8. Royce Ammon, Global tilivision and shopiny of world politics, London, Jefferson, 2001.
9. United states Information Agency , USIA: Communication (Washington , D. C.:USIA, 1999.
10. Us Department of state , Dictionary of international Relation Terms , 1987.
11. William A. Rugh, Engaging the Arab and Islamic Worlds Through Public Diplomacy, New York, Public Diplomacy Council,2004 .

ثانياً. التقارير

1. About BBG. http://www.bbg.gov/bbg about us. CFM 2004-2006.
2. Advisory Commission on public diplomacy. Annual report 2004.
3. Alen Heil and others, Gools and content of western broadcosting : voa , bbc , rias ,in cold ware, broad casting impact report on conference organized by the horrer institution and cold ware international history project of the wood row Wilson international center for scholors at Stanford university , October 2004.
4. Broad cast to Cuba , tv marti survey are-flowed , report to the Chairmo sub committee on over sight and investigations, 1990 .
5. Broad casting board of governors , annual report 2002 .
6. Broad costing board of governors annual report , 2005.
7. Broad costing board of governors , Fy 2005 performance and accountability report 2005.
8. Department of defense, report of the defense science Board task force on strategic communication, office of the under secretary of defense of Acquisition, Technology and logistics, Washington, D.C. , September 2004.
9. Department of state foreign operations And related programs appaoiations Bill, Senate report 109. 211 2007 http://d bnname= cp 109 sid= cp 109 VA3cl and.. 7.16.2006.
10. Evaluation of the Hubert H. Humphrey fellowship program. Annual report. 2000.
11. General Accounting office, U.S international broadcasting new strategic approach focuses on reaching large audiences but locks

measurable program objectives, report to the committee on international as relations, July 15, 2003.

12. George w. Bush, "the ivational security strategy of the united states", 2002.
13. Government Accounting office (GAO) public diplomacy state department Expoanals Efforts bat foces significant challenged' 4. September. 2003.
14. Hady Amr , The Need To Communicate: How to Improve Us. Public diplomacy with the Islamic world . The Saban center for Middle East Policy , 2004.
15. International Republication institute , celebrating 20 years: Advancing democracy world wide . Annual report , 2003.
16. J. Wiliam Fulbright, Foreign Scholarship Board, annual report 2004- 2005.
17. -------------------------, Foreign Scholarship Board, annual report 2003- 2004.
18. Jeremy M. Sharp , the middle east television network an overview crt, reporter for congress. February , 2005.
19. National Democratic institute , 20 year NDI working to strengthen and expend democracy world wide.
20. P. W. Singer , The Brookings Project on U.S. Policy Towards the Islamic World , Time for the Hard Choices: The Dilemmas Facing U.S. Policy Towards the Islamic World , Working Paper , 1- September 2002 .
21. Petev G. Peterson and other's finding America's voice: A strategy for Rein vigovation U.S. public diplomacy report for an Independent task force sponsored by the council on foreign Relation. 2003.

22. Senate report 109. 211 department of state foreign operations And related programs appaoiations Bill, 2007 http://d bnname= cp 109 sid= cp 109 VA3cl and.. 7/16- 2006.
23. The U.S advisory commission on public diplomacy building Americas public diplomacy through are formed structure and additional resources, report 2002
24. U.S general accounting office , u.s international broadcasting : challenges facing the broad casing board of governors , testimony before the subcommittee on commerce, justice , 2004.
25. United States government T Accountability office, u.s. public diplomacy, state department efforts to engage Muslim Audiences lack certain communication elements and face significant challenges report May, 2006. p.6-7. http://www.goo.Gov. new items, do, 532.

ثالثاً. الرسائل والاطاريح

1. Michele M. Fugiel, U.S. Public Diplomacy and the American Experience :A theoretical evolution from consent to engagement, MA, International Studies and Diplomacy School of Oriental and African Studies, This dissertation is submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of MA International Studies and Diplomacy of the School of Oriental and African Studies, University of London, 2005.

رابعاً. البحوث والدراسات

1. Alen Heil and others gools and content of western broad costing : voa , bbc , ria , cold ware broad casting impact report on conference organized by the horrer institution and cold ware international history project of the wood row Wilson

international center for scholors at Stanford university , October 2004.

2. Anna Tiedeman and Alan K. Henrikson, Us public diplomacy in the middle East, seminar on Geography, foreign policy and world order, 4 may 2004.
3. Council on foreign relation "finding America's voice : a start g-foreinr : garating U.S public diplomacy ", 2003,
4. Jeff Rosenberg , international broadcasting and public diplomacy : not just for government nymore bernd gabler an athers, the media public opinion nexas in german – American relations American institute for contemporary german studies, the johns Hopkins university , 2005.
5. Linda R. Urrutia , public diplomacy capturing the information terrain on the way to victory. A research report submitted to the factualty in partial fulfillment of the Gratuation requirements, Max well air force Base, Albama, Georgetown university, April 2002.
6. U.S Department of state : cultural diplomacy :the linchpin of public diplomacy report of the Advisory committee on cultural diplomacy September , 2005 .

خامساً. مواقع الانترنت

1. About BBG. http://www.bbg.gov/bbg about us. CFM 2004-2006.
2. About IBB: http : // www.ibb.gor /ibb about . html 5.4.2006.
3. About IBB: http : // www.ibb.gor /ibb about . html 5.4.2006.
4. About radio sawa , http:// www.radiosawa.com/about-usaspx,22-12-2005.

5. Alhurra TV to begin Europe broadcasts. http://www.upi.com.InternationalIntelligence/view.php . 25.7.2006.
6. American forces network http : en wikipedia.org / wiki/American forces network 4.12.2005
7. Broad casting board of governors , an organization of U.s international broad casting http://www.bbg.gov/bbg. about us. cfm 16-4-2006.
8. Carl Weiser , "public diplomacy" failures , us today , journal , 15-9-2003. http://www.usatoday.com/news/world/2003-09-15-public-diplomacy-fails_x.htm . 22.9.2005 .
9. Casters http://www.bbg.gov – about us. CFM 16-4-2006.
10. Cissie dore hill , voices of hope : the story of radio free Europe and radio liberty http://www.haover digest.org /014/dorhill.htm.12-4-2006.
11. David Lowe , ideo to reality : NED at 20. http:// www. Ned .org/ about/ned history htm/at 16-5-2006.
12. Definitions of Public Diplomacy, http://fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html. 7.4.2005
13. http : // www.afrts.osd.mil. 4.12.2005
14. http: // www. Nation master. Com/ encyclopedia George W. Bush, "Address to a Joint Session of Congress and the American People".united states capitol Adress, 20 September 2001.
15. http: // www. Wikipedia. Org/ wik/ public diplomacy
16. http: //www.Whitehouse. gov/ news/ releases/ 2001/ 04/ 2001 oa 20-8- 1- htm.
17. http:// myafn.dodmedia.osd.mil:Vtv/services
18. http:// myafn.dodmedia.osd.mil:Vtv/services. 7.12.2005
19. http:// www. Iie. Org. 13-5-2006.
20. http:// www. Usaid. Gov/ about usaid hist. html.

21. http:// www.iri.org/history.asp.17/3/2006.
22. http:// www.project .org/ commentary/nye 17. 5/2/2006.
23. http://fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html. 7.4.2005.
24. http://www.cfrterrorism.org/cfr
25. http://www.rferl.org/featuresarticle/22.1.2006
26. http://www.roznews.com / English / about/ restructuring int 1990 CFM 4-1-2006 .
27. http://www.spacemart.com/reports/USFunded_Alhurra_Television_Wins_OveViewers_In_Iraq.html .8.4.2005
28. http://www.upi.com.InternationalIntelligence/view.php . 25.7.2006.
29. Hubert H. Humphrey Fellowship program http:// www. Iie.org template= 1 program.
30. International broadcasting , http : // www.rfa.org English /about/board/international-broad casters an organization .
31. International Republican institute, http:// www.iri.org/ history. Asp.
32. International visitor Leader Ship program: http://exchanges. State. Gov/educational irp:16- 3- 2006.
33. Joseph S. Nye , Selling America.
34. language services in voa http://www:voa.com 6-6-2006.
35. Language services in voa http://www:voa.com 6-6-2006.
36. Muslim life in America "office of international programs. http:// USINFO. State. Gov/ products/ pubs/ Muslim life.
37. Program history http://us Fulbright. Org/ about program history html.
38. Public diplomacy : http:// public diplomacy .org 5.6.2005.

39. Radio and television marti : washington cuns after castro at any cast : http://www.coha.org/2006/03/29/radio and tv marti washington guns after castro at any cost..
40. Radio and television marti : washington cuns after castro at any cast : http://www.coha.org/2006/03/29/radio and tv marti washington guns after castro at any cost..
41. Radio free europal radio liberty has along and distinguished history , but it has been any thing but a simple one http://rferl.org /about/ organization history.asp.
42. Radio free Europe radio liberty in brief http://www.rfree/org /about/ orginazation /brief-frinj asp,6-4-2006.
43. Rebert satloff , " How to win Friends and Influence Arabs Rethinking public diplomacy in the middle east " , the weekly Standerd, August , 2003.
44. Restructuring international broad casting in the 1990 http://www.roznews.com / English / about/ restructuring int 1990 CFM 4-1-2006 .
45. Richard c. Halbrook, counciloon Foreign Relation: summer 2002, http: //www.mefoam.org/ article/ 495.7.11.2005
46. Saudi Clerics Forbid Muslims to Watch US Arabic Channel , March 8, 2004 , http://www.clandestineradio.com/21.2.2006
47. Strategic Goal 11: public diplomacy and public Affairs http:// www. State. gov/ s/ d/ rm/ rls/ perf plan/ 2005/ html/ 2976. utm.
48. Strategic Goal 11: public diplomacy and public affairs, http://www.state.gov.15.4.2005
49. The Fulbright program http:// us. Fulbright on line. Org/ about. Html. 4- 12- 2006.
50. The voice of america : http://www.voanews.com English about index.CFM. 16-1-2006.

51. U.S. founded alhurra television wins over viewers, space daily, 20. Jul. . 2004.
52. United states information Agency Alummi association " What is public diplomacy?" http:// www.public diplomacy .org . 5.7 .2005.
53. US international broad casting http://www.rf.org /English / about / board / international broad casters 4.3.2006.
54. US international broadcasting http://www.rf.org /English / about / board / international broad casters 4.3.2006.
55. Voa history : innorations for anew century http://www.voanews.com /English / about / innorations for a new century. CFM.10-4-2006.
56. **What is Public Diplomacy ?**

سادساً. جلسات الكونغرس

1. American public diplomacy in the Islamic world ,Remarks of Andrew Kohut to the Senate Foreign Relations Committee Hearing ,27 February 2003 , The pew Research Center for the people and the press , http:// people . press . org/ com mentary / .www.publicd:plomaey.org
2. Harold C. Pachios, Communicating Public Diplomacy Objectives, Remarks to the Committee on Government Reform, Subcommittee on National Security, Emerging Threats and International Relations, U.S. House of Representatives, Washington, February 10, 2004.

سابعاً. الاستطلاعات

1. AMERICA'S IMAGE FURTHER ERODES, EUROPEANS WANT WEAKER TIES The Pew Research , Nine-Country Survey ,

EMBARGOED ,Center for the People & the Press , MARCH 18, 2003.
2. John Zogby international , " American as seen through Arab eyes : polling the Arab world after 11th September 2003
3. The Pew Global Attitudes Project : American character Get Mixed Reviews: Us Image up slightly , But still Negative Washington .23 June. 2005 .

ثامناً. الصحف والمجلات

1. Carl weiser ," public diplomacy" failures , us today , journal , 15-9-2003. http://www.usatoday.com/news/world/2003-09-15-public-diplomacy-fails_x.htm . 22.9.2005.
2. Joseph Ney , soft power : New York , public Affairs .2004.
3. Joseph s. Nye, "Propaganda Isn't the Way: Soft Power ", the international Herald Tribune, 10 January, 2003.
4. Matt lussenhop, Creativiteand patience: public diplomacy past Sept. 11, Foreign service journal, April, 2002
5. Ussama Makdisi "Ant- Americanism in the Arab World International of a Brief History" Journal of American History, vol. 89, issue.

تاسعاً. المقالات العلمية

1. Joseph s. Nye. Cold Nan lessons Fan. George W. Bush.. http://www. Project. Syndicate. org.6.7.2005
2. Joseph s. Nye. Soft Power and the struggle Against terrorism. http:// www. Project – syndicate. org. 6.7.2005

د. حيدر احمد القطبي

الدبلوماسية الشعبية
بين
الإعلام والدعاية والحرب النفسية



دار أسامة للنشر والتوزيع



دار أسامة
للنشر والتوزيع
الأردن- عمان

هاتف: 00962 6 5658253 / 00962 6 5658252
فاكس: 00962 6 5658254 ص.ب: 141781
البريد الإلكتروني: darosama@orange.jo
الموقع الإلكتروني: www.darosama.net